印刷業における下請適正取引等の推進のための

ガイドライン

平成 22 年 6 月策定

平成 26 年 3 月改訂

経済産業省

目　次

Ⅰ．下請法の趣旨と本ガイドラインの目的

下請代金支払遅延等防止法（以下、「下請法」という。）は、親事業者による下請事業者に対する優越的地位の濫用行為を取り締まるために制定された特別の法律です。

親事業者が下請法に定められた義務を守らない場合には、中小企業庁や公正取引委員会から行政指導を受けることになります。公正取引委員会が勧告を行った場合、原則として、企業名、違反事実の概要等が公表されることとなっています。

企業の法令遵守が強く叫ばれる中、下請法違反は企業価値を大きく損ねる行為です。下請法の遵守は、親事業者の重要な義務と捉えて下さい。

また、下請法は下請取引の公正化及び下請事業者の利益保護を図るという目的から中小企業関係法としての性格も併せ有しています。下請事業者と親事業者の公正な取引関係を構築することは、業界発展のために欠かせないことです。

本ガイドラインは、下請法の認知を高め、印刷業界において公正な取引関係を推進することを目的として作成しました。本ガイドラインを活用することで、業界全体で法令を遵守し、公正な取引関係が実現することを期待します。

Ⅱ．印刷産業の業界構造と取引実態

１．　印刷産業の業界構造

■市場規模と参入事業者数

市場規模は約 7 兆円、参入事業者は約 2 万 6,000 社の巨大市場です。参入事業者は、中小企業が圧倒的に多く、従業員数 30 人未満の事業者が全体の 90%以上を占めています。

■業界構造

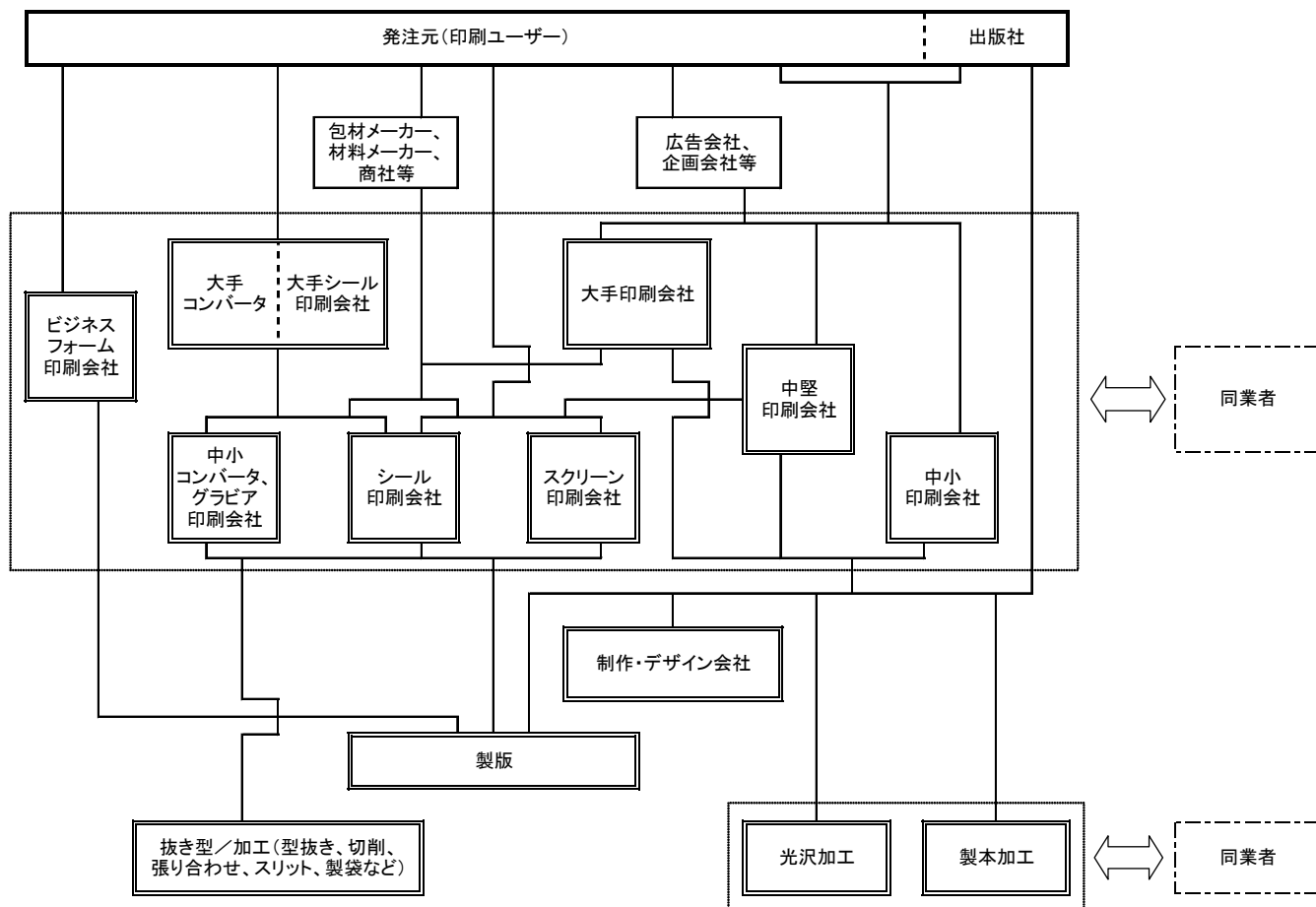
印刷工程を行う印刷事業者の他、前工程に当たる製版、後工程に当たる製本加工、光沢加工などの印刷工程以外の各工程においてもそれぞれの専業者がおり、それぞれ独自の業態を形成しています。

■多様な需要分野

印刷産業は出版印刷物やカタログ・パンフレット、チラシ、ポスターなどの商業印刷物のような一般印刷物の他に、帳票（ビジネスフォーム）、シール・ラベル、フィルム包装材、建材、工業品（テレビ、ＰＣ、携帯電話、自動車部品、等）など、その需要分野は多岐に渡ります。

■印刷方式

上記のような需要分野に対応する印刷方式はそれぞれ異なっており、オフセット印刷、グラビア印刷、凸版印刷、スクリーン印刷などが代表的な印刷方式です。一部の大手を除く大半の印刷会社は、この各印刷方式の専業者であり、それぞれ独自の業界を形成しています。

＜印刷産業の商流フロー＞

※上記は業界構造や取引関係の一般的なものを簡略したものである。
実際の取引関係は、さらに複雑で多岐に渡る。

業界分野別主要受注品目・業界構造・業界特性

業界分野	主な受注品目	業界構造、取引の特性など
オフセット印刷分野（出版印刷、商業印刷）	出版物、カタログ・パンフレット、チラシ、DM、会社案内、マニュアルなど	商業印刷分野は、印刷業を行う企業の大半が参入している。売上高 50 億円以上規模の大手、中堅企業は約 200 社ほどと一握りで大半は中小企業となっている。発注元との直取引の他、自社の印刷機の稼動状況や案件の仕様などにより、同業間の取引も盛んに行われている。他業界に比べて、各工程の専業者数は多い。
オフセット印刷分野（ビジネスフォーム印刷）	伝票、請求書、明細書など	日本フォーム印刷工業連合会の組合員は約 150 社。その大半は中小企業となっている。発注元との直取引が基本だが、同業間の取引もある。同業や製版専業者との取引もあるが、内製化の傾向が強い。
グラビア印刷分野	フィルム（PET、OP、ナイロン等）、包装材、建材など	全国グラビア協同組合連合会の組合員は約 170 社。約 7 割が売上高 10 億円以下規模の中小企業となっている。グラビア印刷会社は大手印刷会社などの中間事業者からの受注が一般的で、発注元との直取引はほとんどない。参入企業はフィルム包装材を扱っている企業が多く、その他の受注品目は設備等の関係で一部の参入企業のみで扱っている。
シール印刷（凸版印刷）分野	食品、工業品、化粧品、医薬品用のシール・ラベル	全日本シール印刷協同組合連合会の組合員約 700 社。10 名前後規模の企業が 8～9 割を占め、50 名以上規模の企業は 1 割ほどとなっている。発注元との直取引もあるが、大手印刷会社などの中間事業者から発注されるケースが多い。近年は、オフセット印刷分野、スクリーン印刷分野など他業界の企業も競合関係にある。
スクリーン印刷分野	工業品部品、自動車関連部品、文具用品、衣類、看板、暖簾など	全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会の組合員は約 230 社。50 名以上規模の企業は 1 割ほどで、50 名以下規模の企業が大半を占める。大手印刷会社などの中間事業者から発注されるケースが主なケースだが、発注元との直取引も増えてきている。参入企業各社の保有する設備やノノハウによって需要分野別にある程度棲み分けが出来ている。同業以外にも転写箔など他製法を業務としている企業も競合関係にある。
製版	各印刷分野が対象	日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会の組合員は約 330 社。10 名以下規模の企業が 3～4 割、20 名以下に広げると大半を占める。50 名以上規模の企業は 1 割未満となっている。平版（オフセット印刷用）を専業とする企業が多く、その他の業界分野は少ない。直取引もあるが、印刷会社から受注するケースが一番多い。同業取引は稀だが、スキャニングや刷版など製版工程内の専業者がおり、部分委託するケースがある。
製本加工	出版物、カタログ・パンフレット、紙製品（手帳、ノート、日記帳等）など	全日本製本工業組合連合会の組合員は約 1,160 社。10 名以下規模の企業が 7～8 割を占める。30 名以上規模の企業は約 5%となっている。出版社や文具メーカーとの直取引もあるが、印刷会社から受注するケースが一般的である。同業間の取引もある。また貼り込みや穴あけなどの製本工程内の専業者もおり、受注仕様によっては委託するケースがある。
光沢加工	出版物、カタログなどの表紙、ポスター、圧着 DM、POP、紙器など	全日本光沢加工紙協同組合連合会の組合員は約 120 社。20 名以下規模の企業が大半を占め、50 名以上規模の企業は 5,6 社となっている。直取引もあるが、印刷会社から受注するケースが一番多い。同業取引もある。

２．印刷産業の取引特性と取引実態における問題点

１）印刷産業の取引特性

経済産業省の経済センサス-活動調査　産業別集計（製造業）「産業編」（平成 24 年版）によれば、印刷・同関連産業の総事業所数は 26,145 件でそのうち従業者 10 人以下の小規模事業所が 8 割近くを占めています。一方で売上高が 1 兆円を超す大手事業者もあり、大手事業者と小規模事業者が混在する業界構造となっています。

下請取引という面では、出版や商業印刷などの顧客から大手印刷事業者が受注して、その工程の一部あるいは全部を下請事業者に発注したり、顧客から直接下請事業者が受注するといったケースがあります。大手印刷事業者は、大口顧客と直接取引を行っている上に売上シェアも高く、業界における影響力は多大であると言えます。

印刷工程は、デザインや製版といった印刷前工程や光沢加工や製本といった印刷後工程などの専門事業者による分業化が進んでいます。従って、業界の中での事業者間取引が多いのが実態です。また、印刷工程間取引の他、自社工場の稼動状況などにより、自社で対応しきれない作業を同業者に依頼するといった同業者取引も盛んに行われています。

中小印刷業の業界団体である全日本印刷工業組合連合会の調査によれば、印刷業の受注先の業種別売上高は同業（印刷業）との取引が、「卸売・小売・飲食店」との取引についで多く全体の 13.6％（平成 24 年度）を占めています。この中には、中小事業者同士の取引も多く、下請法における下請取引には該当しないケースもありますが、業界内での取引が多いことは印刷業界の取引特性と言えるでしょう。

２）取引実態における問題点

本ガイドライン策定に先立ち、印刷業界における取引実態を調査した結果、下記のような問題点が指摘されました。

①当事者双方の協議による取引条件の決定、発注書の交付、取引基本契約の締結がなされていないケースがある。
②発注時に発注内容や代金が確定していない取引がある。
③発注内容の変更は多いが、発注書面が発行されていないことがある。
④受注者の責によらない受領拒否・返品・やり直しが少なからず発生している。
⑤「ユーザー（発注者の顧客)」からの要請で下請事業者に過度な負担が生じることがある。

印刷業取引では、業界特性として「納期を優先させるため、ユーザーの仕様の詳細が

決まっていない段階で作業に着手せざるを得ない」ケースや発注後に「発注内容の変更」がされるケースが少なからずあります。また、ユーザーの予算等の都合で、最終的に下請事業者に下請代金の減額要請等の過度な負担が生じるなど川上の取引が下請事業者に影響を及ぼすこともあります。

さらに、発注書等の書類交付については、特に小規模事業者の受注時及び発注時に実施されていないことが多く見受けられます。これには小規模事業者間の取引も含まれるため、必ずしも下請法上における下請取引に該当するものではありませんが、「当事者双方の協議による取引条件の決定」や「書類による条件確認」は、適正取引実現の基本ですので、履行を徹底すべきでしょう。

そのほか、取引実態調査では「過度な負担になっている取引慣行」の具体的事例を提示して、自社の取引で該当するものがあるかどうか聞きました。下請法で禁止されている「買いたたき」に該当するような取引実態も多くの事業者で指摘されています。また、問題事例の該当については、印刷前工程事業者、印刷後工程事業者、一般印刷事業者、特殊印刷事業者など業種間で差異がみられ、取引上の問題点でも業種特性があることが伺われます。

「過度な負担になっている取引慣行事例」で自社にも該当するもの

［印刷関連事業者　n=452］　（単位：％）

問題となる取引事例	事業者全体	一般印刷事業者	特殊印刷事業者	印刷前工程事業者	印刷後工程事業者
親事業者から過度な値下げ交渉をされた	33.2	35.2	35.7	30.2	27.8
親事業者から定期的に価格低減を一方的に求められた	15.3	11.9	15.1	20.8	18.6
受注者側の都合を無視して一方的な納期決定をされた	23.2	21.0	24.6	30.2	21.6
製作過程で発生した追加費用が認められなかった	26.3	31.3	19.0	47.2	15.5
発注者の都合で一部が後日納品となり支払が遅れた	10.6	9.7	15.9	7.5	7.2
環境対策費用増加分の価格転嫁が認められなかった	9.1	5.7	11.9	9.4	11.3

資料：平成21年度印刷産業取引実態調査（印刷産業下請適正取引ガイドライン策定検討委員会）

※一般印刷事業者　総合印刷、商業印刷、出版印刷
特殊印刷事業者　証券・カード印刷、ビジネスフォーム印刷、シール・ラベル印刷、包装材印刷、スクリーン印刷
印刷前工程事業者　デザイン・企画、製版等
印刷後工程事業者　印刷加工、製本等

Ⅲ．下請法の全体構造－「まず下請法の全体構造を理解しよう」

１．どのような取引に下請法が適用されるのか（下請法の適用要件）

まず、自社の取引について、下請法が適用されるかどうかを見極めることが出発点です。

下請法の適用要件には、以下に説明する１）**資本金（又は出資の総額。以下同じ）**と２）**取引内容**の２つがあり、**これらの要件を２つとも満たす場合に、下請法が適用**されます。

１）資本金をみてみよう（資本金要件）

１）－１　**印刷物の制作**の外注の場合は？

印刷は製造委託に該当するため、資本金３億円超の事業者が資本金３億円以下の事業者に外注する場合と、資本金 1,000 万円超３億円以下の事業者が資本金 1,000 万円以下の事業者に外注する場合の取引が下請法の適用対象となります。

※ここで、事業者には、法人、会社のほかにも社団法人、財団法人なども含まれますが、国や地方公共団体は含まれません。以下、単に、会社といいますが、事業者を指すものとしてお読み下さい。

自分の会社の取引に下請法が適用されるかどうかは、以下のとおりです。

■発注者の方は

まず、自分の会社の資本金が**３億円を超える**場合は、**３億円以下**の会社または個人事業者との取引に下請法が適用されます。

次に、自分の会社の資本金が**３億円以下で、かつ 1,000 万円を超える**場合は、**1,000 万円以下の会社または個人事業者との取引**に下請法が適用されます。

（親事業者にならない場合はどういう場合か？）

自分の会社の資本金が 1,000 万円以下の場合や個人事業者は、親事業者にはならず、下請法上の義務を負うことはありません。

■**受注者**の方は

　まず、自分の会社の資本金が**1,000万円以下または個人事業主**であるという場合、相手の資本金が**1,000万円を超える会社との取引**に下請法が適用されます。

　次に、自分の会社の資本金が**1,000万円を超え、かつ３億円以下**であるという場合、相手の会社の資本金が**３億円を超える会社との取引**に下請法が適用されます。

（下請事業者にならない場合）

　自分の会社の資本金が３億円を超えるという場合、下請事業者にはなりません。

１）－２　文章やデザイン作成のみの外注の場合は？

■適用される資本金区分

　文章やデザイン作成のみの委託の場合、情報成果物作成委託に該当するため、資本金5,000万円超の会社が資本金5,000万円以下の事業者に外注する場合と、資本金1,000万円超5,000万円以下の事業者が資本金1,000万円以下の事業者に外注する場合の取引が下請法の適用対象となります。

※ここで、事業者には、法人、会社のほかにも社団法人、財団法人なども含まれますが、国や地方公共団体は含まれません。以下、単に、会社といいますが、事業者を指すものとしてお読み下さい。

自分の会社の取引に下請法が適用されるかどうかは、以下のとおりです。

■**発注者**の方は

　まず、自分の会社の資本金が**5,000万円を超える**場合は、**5,000万円以下**の会社または個人事業者との取引に下請法が適用されます。

　次に、自分の会社の資本金が**5,000万円以下で､かつ1,000万円を超える**場合は､**1,000万円以下の会社または個人事業者との取引**に下請法が適用されます。

（親事業者にならない場合はどういう場合か？）

　自分の会社の資本金が1,000万円以下の場合や個人事業者は、親事業者にはならず、下請法上の義務を負うことはありません。

■**受注者**の方は

　まず、自分の会社の資本金が**1,000万円以下または個人事業者**であるという場合、相手の会社の資本金が**1,000万円を超える**会社との取引に下請法が適用されます。

次に、自分の会社の資本金が**1,000 万円を超え、かつ 5,000 万円以下**であるという場合、相手の会社の資本金が**5,000 万円を超える会社との取引**に下請法が適用されます。

（下請事業者にならない場合）
自分の会社の資本金が 5,000 万円を超えるという場合、下請事業者にはなりません。

１）－３　**文章やデザインと印刷の一括発注**の場合は？

印刷を委託する部分については製造委託の資本金基準で対象となりますが、文章やデザインの作成を委託する部分については情報成果物作成委託の資本金基準で対象となります。**ただし、これらが一体不可分の取引として発注された場合には、いずれかの資本金基準に該当すれば、全体の取引に下請法が適用されます。**

２）取引内容をみてみよう（取引内容要件）

下請法の対象となる取引は、他の事業者に外注する取引ですが、その取引内容が以下の４つのいずれかであることが必要です。

２）－１　製造委託

製造委託は、**仕様を指定**して製造を委託する取引です。規格品、汎用品ではなく、オーダー品が典型です。また、製造委託には、規格品等を**加工**してもらう場合も含まれます。印刷業にあてはめると、印刷物の印刷が典型です。

製造委託には、次の４つのパターンがあります。

（１）販売用物品の製造委託

物品の販売を業として行っている事業者が、その物品の製造を他の事業者に委託する場合であり、製造委託の最も典型的な行為といえます。

（２）受託生産用物品の製造委託

物品の製造を業として請け負っている事業者が、その物品の製造を他の事業者に委託する場合です。

（３）修理に必要な物品等の製造委託

物品の修理を業として行っている事業者が、その物品の修理に必要な部品又は原材料の製造を他の事業者に委託する場合です。

（４）自家使用・自家消費物品の製造委託

販売等を目的とせず、**自ら使用又は消費する物品の製造を業**として行っている事業者が、その物品の製造を他の事業者に委託する場合です。

※この他に（３）の取引を除いて**金型の製造委託**も下請取引とされています。

２）－２　修理委託

修理委託は、物品の修理を委託する場合です。印刷業では、印刷機械の製造を行っている事業者が修理を請け負う場合や、自社で印刷機械の修理を行っている事業者が、その修理の一部を委託する場合です。

（１）修理委託

物品の修理を業として行っている事業者が、その物品の修理を他の事業者に委託する場合です。

（２） 自家使用・自家消費物品の修理委託

自ら使用する**物品の修理を業として**行っている事業者が、その物品の修理の一部を他の事業者に委託する場合です。

２）－３　情報成果物作成委託

情報成果物は、①　プログラム、②　映画、放送番組その他映像又は音声その他の音響により構成させるもの（例えば、テレビ番組、テレビＣＭ、ラジオ番組、映画、アニメーションなど)、③　文字、図形若しくは記号若しくはこれらの結合又はこれらの色彩との結合により構成されるもの（例えば、ポスター・商品・容器のデザイン、設計図、雑誌広告等）です。印刷業では、印刷物の文章やデザインが情報成果物に該当します。

（１）提供する情報成果物の作成委託

情報成果物を**業として提供**している事業者がその情報成果物の作成を他の事業者に委託する場合です。

「提供」とは、事業者が、他者に対し情報成果物の販売、使用許諾を行う等の方法により、当該情報成果物を他者の用に供することをいいます。「提供を業とする」事業者としては、プログラム開発業者、テレビ局、プロダクション、出版社、広告物制作会社、デザイン制作会社、設計会社等が典型です。ここで注意すべきなのは、情報成果物それ自体を単独で提供する場合のほか、物品等の付属品、例えば、家電製品の取扱説明書の内容として提供する場合、制御プログラムとして物品に内蔵して提供する場合、商品の形態、容器、包装用に使用するデザインや商品の設計等を商品に化体して提供する場合等を含むことです。

例えば、物品の製造委託を行う企業が商品の形態、容器、包装用に使用するデザインの作成を委託する場合、自らは、これらのデザインの提供を業として行っていなくても、デザインを商品とともに業として提供しているといえるので、情報成果物作成委託に該当します。

（２）受託情報成果物の作成委託

情報成果物の作成を業として請け負っている事業者が、その情報成果物の作成を他の事業者に委託する場合です。プログラム、デザイン、文書等情報成果物の作成を受注した事業者からその全部又は一部の作成を委託される場合です。

（３）自家使用情報成果物の作成委託

自ら使用する情報成果物の作成を業として行っている事業者が、その情報成果物の作成を他の事業者に委託する場合です。

この場合、デザインの作成を業として行っていなければ、委託しても下請法の適用はありません。

２）－４　役務提供委託

役務とは、いわゆるサービスのことです。例えば、トラックによる商品の輸送、航空機や鉄道等による人の輸送、清掃、コンサルティング、製品のメインテナンス、倉庫の保管、倉庫内の出庫作業、テレビ番組の制作の場面では、企画・演出業務、監督・演出業務、編集作業、俳優・声優の実演、ヘアメイク、スタイリスト、照明等の作業が挙げられます。

役務提供委託は、受注した役務提供を再委託する場合が下請法の適用対象とされています。

２．　下請法ではどのような行為が規制されているのか

（親事業者の義務と禁止事項）

下請法が適用されると、親事業者は、**４つの遵守義務**と**１１の禁止義務**を負うことになります。本ガイドラインでは、これらの義務と禁止事項を取引段階別に分けて、整理しました。

取引段階と親事業者の義務・禁止事項の関係は、下表のとおりです。

取引段階別親事業者の義務･禁止事項

取引段階	該当する親事業者の義務･禁止事項
A．見積・発注段階	買いたたきの禁止 書面の交付義務 書類の作成・保存義務 支払期日を決める義務
B．発注変更	不当な給付内容の変更の禁止
C．受領（納品）時、受領後	受領拒否の禁止 返品の禁止 不当なやり直しの禁止
D．支払段階	下請代金の支払遅延の禁止 遅延利息の支払義務 下請代金減額の禁止 有償支給原材料等の早期決済の禁止 割引困難な手形の禁止
E．下請事業者への要請	購入・利用強制の禁止 不当な経済上の利益の提供要請の禁止
F．その他	報復措置の禁止

３．下請法に違反するとどうなるのか（勧告、罰則）

１）勧告

下請法の禁止事項違反に対し、公正取引委員会は、親事業者に対して違反行為の是正やその他必要な措置を採るべきことを勧告することができます。勧告に至らない事案であっても、改善を求める行政指導を行います。

中小企業庁は、親事業者に対して改善を求める行政指導を行うとともに、公正取引委員

会に対し措置請求を行うことができます。
　中小企業庁長官が公正取引委員会に措置請求をした場合、公正取引委員会が勧告を行った場合には**ホームページに掲載され、マスコミ等に公表**されます。

２）書面交付、書類の作成・保存義務違反には罰則も

　書面交付や書類の作成・保存義務違反に対しては、**行為者及びその代表者等が 50 万円以下の罰金**を科せられることになっています（行為者と雇主の双方を処罰する規定を**両罰規定**といいます。）。

４．下請法が適用されない取引で下請法違反と同様の行為を行ったらどうなるのか

１）独占禁止法の優越的地位の濫用

前述した資本金基準や取引内容の要件を欠くために、下請法が適用されない場合であっても、下請法で禁止される行為を行えば、独占禁止法の不公正な取引方法の１つである「**優越的地位の濫用**」(独占禁止法第２条第９項第５号)に該当するおそれがあります。

２）優越的地位とはどのような場合か？

独占禁止法上の問題は、発注者が受注者に対し優越的地位にある場合において生じます。優越的地位の濫用とは、自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、相手方に不利益を負わせることをいいます。

優越的地位とは、相手方にとって、行為者との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来たすため、行為者が相手方にとって著しく不利益な要請等を行っても、相手方がこれを受け入れざるを得ないような場合であり、その判断にあたっては、相手方の行為者に対する取引依存度、行為者の市場における地位、相手方にとっての販売先変更の可能性、取引当事者間の事業規模の格差、取引の対象となる商品役務の需給関係等を総合的に考慮して判断されます。

３）　濫用行為とはどのような行為か？

下請法の禁止行為と類似の行為もあります。

（１）独占禁止法第2条第9項第5号イ

継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む）に対し、取引に係る商品又は役務以外の商品を購入させたり、役務を利用させたりすることをいいます。（例：押付け販売）

（２）独占禁止法第2条第9項第5号ロ

継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む）に対し、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させることをいいます。（例：従業員の不当使用、協賛金の収受）

（3）独占禁止法第２条第９項第５号ハ

取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒むこと、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後、当該商品を当該取引の相手方に引き取らせること、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせることやその額を減じること、その他取引の相手方に不利益となるような取引条件の設定、変更又は取引を実施することをいいます。（例：受領拒否、不当な返品、支払遅延、不当な値引き、不当な低価格購入、要求拒否に対する不利益取扱い、公正取引委員会への報告に対する不利益取扱い等）

（４）独占禁止法第2条第9項第6号ホ

取引の相手方である会社に対し、当該会社の役員の選任についてあらかじめ自己の指示に従わせたり、自己の承認を受けさせることをいいます。

４）　優越的地位の濫用に該当する場合どのような制裁を受けるのか？

公正取引委員会によって優越的地位の濫用と判断されると、公正取引委員会から**排除措置命令**を受けます。さらに、**課徴金納付命令**を受ける場合があります。

課徴金が課せられるのは、上記独占禁止法第２条第９項第５号に規定された行為が継続された場合に限られます（同法第２０条の６）。課徴金対象期間は、当該行為をした日から当該行為がなくなるまでの期間です。この期間が３年を超える場合は、当該行為がなくなる日から遡って３年間とされています。

課徴金の算定率は、優越的地位の濫用行為を受けた相手方との取引額の**１％**とされています。なお、課徴金額が 100 万円未満の場合、課徴金は課されず、課徴金額の１万円未満の端数は切り捨てられます（同法第２０条の６及び同法第７条の２第２３項）。

５．下請法が適用される取引では独占禁止法違反（優越的地位の濫用）とされることはないのか？

４．のとおり、独占禁止法の優越的地位の濫用と下請法違反行為とは重なる部分もあり、両方に該当するという場合、どちらの法律を適用するかという問題が生じます。

ある事業者と別の事業者の取引において、独占禁止法第２条第９項第５号と下請法の双方が適用可能な場合には、通常、下請法を適用することとなります。

下請法違反により勧告がなされた場合、勧告に従う限り、当該違反行為について独占禁止法は適用しないことになります（下請法第８条）。

いずれにしても優越的地位の濫用に該当する行為も下請法違反行為も行ってはならないということです。

６．消費税転嫁対策特別措置法の適用がなされる場合について

１）消費税転嫁対策特別措置法とは

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」（平成 25 年法律第 41 号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）は、平成 26 年 4 月 1 日及び平成 27 年 10 月 1 日に予定されている消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として制定され、平成 25 年 10 月 1 日に施行されました。

２）消費税転嫁対策特別措置法の適用対象及び違反行為等

消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給に関して消費税の転嫁拒否等の行為を行うことを禁じています。

特定事業者とは、

（１）大規模小売事業者（一般消費者が日常使用する商品の小売業（特定連鎖化事業を行う者を含む。）を行う者であって、その規模が大きいものとして公正取引委員会規則[1]で定められるもの）

（２）法人である事業者であって、資本金の額または出資の総額が３億円以下の事業者や個人事業者等から継続して商品又は役務の供給を受けるもの

を指します。

また、特定供給事業者とは、特定事業者に継続して商品又は役務を供給する以下の事業者をいいます。

（１）大規模小売事業者である特定事業者に、継続して商品又は役務を供給する事業者

（２）大規模小売事業者以外の特定事業者に、継続して商品又は役務を供給する事

---

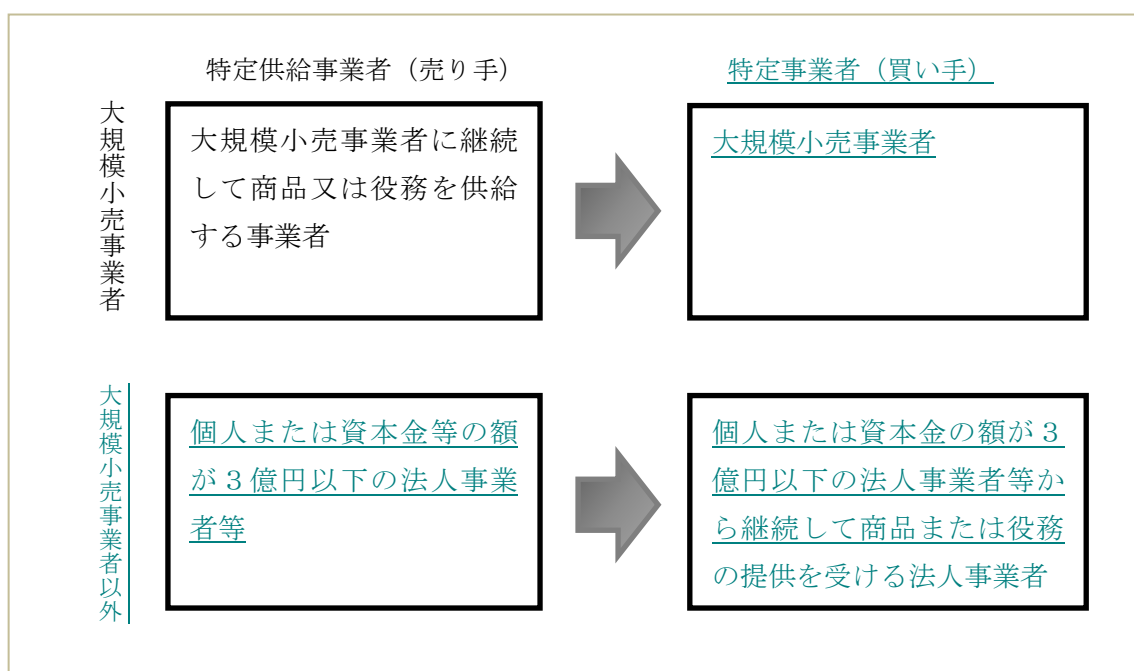
[1] 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第 2 条第 1 項第 1 号の大規模小売事業者を定める規則（平成 25 年公正取引委員会規則第 3 号）においては，大規模小売事業者について，次のいずれかに該当する者と定められている。

①　前事業年度における売上高（特定連鎖化事業を行う者にあっては，当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。）が百億円以上である者

②　次に掲げるいずれかの店舗を有する者

イ　東京都の特別区の存する区域及び地方自治法第２５２条の１９第１項の指定都市の区域内にあっては、店舗面積（小売業を行うための店舗の用に供される床面積をいう。以下同じ。）が 3000 平方メートル以上の店舗

ロ　イに掲げる市以外の市及び町村の区域内にあっては、店舗面積が 1500 平方メートル以上の店舗

業者で、個人である事業者および資本金等の額が３億円以下の法人事業者等

消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が特定供給事業者に対して「減額」、「買いたたき」、「商品購入、役務利用又は利益提供の要請」、「本体価格での交渉の拒否」といった消費税の転嫁拒否等の行為を行うことや、公正取引委員会等に転嫁拒否の実態を訴えた特定供給事業者に対して「報復行為（取引数量の削減、取引停止、その他不利益な取扱い）」を行うことを禁じています。特定事業者がこれらの行為を行った場合は公正取引委員会等による指導・助言、勧告・公表等の措置の対象となります。

なお、事業者又は事業者団体が行う転嫁カルテル及び表示カルテルについて独占禁止法の適用除外制度が設けられています（公正取引委員会への事前届出制）。

＜禁止される行為の具体例＞

（１）本体価格に消費税分を上乗せした額を対価とする旨契約していたが、消費税分の全部又は一部を事後的に対価から減じること（減額）

（２）原材料費の低減等の状況変化がない中で、消費税率引上げ前の税込価格に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定めること（買いたたき）

（３）消費税率引上げ分を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットを購入させること（商品購入、役務利用又は利益提供の要請）

（４）本体価格（消費税抜価格）で交渉したいという申出を拒否すること（本体価格での交渉の拒否）

（５）転嫁拒否をされた事業者が、（１）～（４）の行為が行われていることを公正取引委員会などに知らせたことを理由に、取引の数量を減らしたり、取引を停止したりするなど不利益な取扱いをすること（報復行為）

３）消費税転嫁対策特別措置法と下請法の関係について

２）のとおり、消費税転嫁対策特別措置法の違反行為と下請法違反行為とは重なる部分もあり、両方に該当するという場合、どちらの法律を適用するかという問題が生じます。

この点については、消費税転嫁対策特別措置法と下請法のいずれにも違反する行為については、消費税転嫁対策特別措置法を優先して適用することとされています。

また、消費税転嫁対策特別措置法違反に基づく勧告がなされた場合、特定事業者が勧告に従う限り、当該違反行為について下請法に基づく勧告は行わないことになります（消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方　第１部第３の３）。

いずれにしても消費税転嫁対策特別措置法に違反する行為も下請法違反行為も行ってはならないということです。

７．下請法の適用の判断にあたっての留意点

１）下請法の適用は、取引相手、取引ごとに判断

下請法が適用されるかどうかは、取引相手ごと、取引ごとに判断されます。

２）子会社等被支配会社が間に介在する取引と下請法の適用

実際に製造する者等との間に発注者の子会社等の被支配会社が介在する取引の場合には、下請法の**トンネル会社に対する規制に留意する**必要があります。

トンネル会社の規制の趣旨は、下請法の適用の脱法防止にあります。例えば、本来Ａ社がＣ社に製造を委託しようとしていたとします（資本金要件も満たしていることとします。）。これを２段階、すなわち、まず、Ａ社の子会社であるＢ社に全量外注し、Ｂ社（資本金要件は満たさない場合）を通じてＣ社に外注させれば、下請法は適用されないことになってしまいます。

しかし、それでは、下請法を規制した趣旨が貫けないことになってしまいます。

そこで、Ｂ社が①Ａ社から役員の任免、業務の執行又は存立について**支配を受けている**場合（議決権が過半数を超える場合、実質的に役員の任免が親会社に支配されている場合など）②Ｂ社がＣ社に全部または相当部分を再委託すること（委託の**額又は量の50％以上**）を要件として、下請法の規制を及ぼすことにしたのがトンネル会社の規制です。

注意すべきなのは、下請法が適用されるのは、Ｂ社（**子会社**）とＣ社（外注先）との取引であって、Ａ社（親会社）ではありません。ただし、下請事業者となる範囲は親会社の資本金を基準として決定される点で注意が必要です。

３）　親子会社間の取引

親子会社間の取引についても、下請法の適用が除外されるものではありませんが、親会社が子会社の議決権の５０％超を所有するなど実質的に同一会社内での取引とみられる場合は、運用上問題としていません。

４）　海外の事業者との取引

現時点では、海外の取引先に委託している事業者に対し、下請法違反により勧告等が

なされた事例は見当たりませんが、取引適正化の観点から、発注書面の交付、下請代金の支払等が適正に行なわれることが望まれます。

５）商社が商流に入る場合

発注者と実際に製造する者との間に商社が介在するようなケースでは、誰と誰との間で下請法の適用をみればよいのかが問題となります。商社が委託の内容に全く関与せず、事務手続きの代行を行っているにすぎないような場合は、発注者と製造者との間で下請法の適用を検討することになります。

これに対し、商社自身が委託内容の決定に関与している場合は、発注者と商社、商社と製造者それぞれに下請法の適用を検討することになります。つまり、商社が介在する場合には、取引の実質をみて、親事業者の該当を判断することとなります。

６）労働者派遣と下請法

現在は、製造業についても労働者派遣が認められており、特に製造業において**構内作業**を行う場合、労働者派遣か、下請法が適用される製造委託かが問題となります。

この点、労働者派遣か、下請法が適用される製造委託か否かは、親事業者が**直接に下請事業者の従業員等を指揮命令しているか否か**によって区別されます。

例えば、製造ラインの一部の作業が他の作業と明確に区別でき、その部分を下請事業者の従業員等が下請事業者の指揮命令に基づいて作業を行う場合は製造委託となる場合があります。ただし、「労働者派遣事業と請負により行われる事業との区分に関する基準」（昭和６１年４月１７日労働省告示第３７号）によれば、その他にも親事業者所有の製造設備等を無償で使用している場合は、請負とはいえないとされています。労働者派遣に該当するか否かは、労働局が判断するため、所轄の労働局の指導等に十分な注意が必要です。もし、親事業者に指揮命令があると判断されれば、労働者派遣法が適用されることになります。

労働者派遣法に基づき労働者の派遣を受けることは、委託取引と異なるので、下請法の対象となりません。

なお、下請法が適用される製造委託の場合に、下請事業者に対し、無償で労働者の派遣を要請することは、不当な経済上の利益の提供要請に該当するおそれがあります。

７）運送委託

荷主が商品の運送を運送業者に委託する場合、下請法が適用されるかについては、通常の契約では所有権の移転時期は、引き渡しとされており、**運送中の商品の所有権が荷**

主にある場合には、自己が利用する役務を委託した場合として、下請法は適用されません。

ただし、製造業を営む会社の運送委託について、「特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法」（**物流特殊指定**）が適用される可能性があるので、注意が必要です。この場合、「特定荷主」となる資本金基準は、下請法と同じ資本金基準が定められています（参考資料参照）。

Ⅳ．印刷産業下請取引ガイドライン

■本ガイドラインの構成と内容

下請法では、親事業者が守るべき 4 つの義務と 11 の禁止事項が定められています。本ガイドラインでは、これらの義務と禁止事項に基づく取引上の留意事項を取引段階別に分けて、整理しました。取引段階分類は下記をご覧下さい。

それぞれの取引段階別に①取引において留意すべき事項、②印刷業界において問題となる具体的取引事例　について記述してあります。

また、今回の改訂（平成 26 年 2 月）にあたり、消費税率の引上げに係る円滑かつ適正な転嫁を確保するため、消費税の転嫁についても、留意事項を記載してあります。さらに、取引改善への取り組みやベストプラクティス事例も最後にまとめて掲載しました。

なお、本文中では発注者を親事業者、受注者を下請事業者と表現しています。

ただし、この要件を満たさず下請法が適用されない場合であっても、下請法で禁止される行為を行えば、独占禁止法の第２条第９項第５号「優越的地位の濫用」の問題となる可能性があることに留意下さい。

＜取引段階分類＞

A．見積・発注段階
B．発注変更段階
C．受領段階
D．支払段階
E．下請事業者への要請
F．その他
G．取引改善事例

＜本文中の用語の説明＞

本文中に法律条文の用語をそのまま使った表現があります。一般的にはあまり使われない用語について説明します。

用語	説明
給付	委託された製造物等を納品したり、サービスを提供すること
瑕疵	汚れやキズなどの不良

Ａ．見積・発注段階

１．見積・取引条件の協議段階の留意事項

１）　取引条件は見積書をもとに十分協議すること

下請取引の様々な取引条件の協議にあたって、下請事業者に対し、必ず見積書の提出を求めるように心がけて下さい。

見積の前提条件を明記することも重要です。例えば、製版業務では、下請事業者が見積段階で想定していなかった修正作業の発生が過度な負担となる場合があります。このような場合には、見積前提条件として「校正回数は 3 回まで見積費用に含む。それを超える場合は追加費用を請求する。」などと付記することにより、見積に含まれない追加作業が明確になります。

そして、下請事業者から提出された見積書をもとに親事業者と下請事業者が十分に協議を行い決定する必要があります。

後のトラブルを防ぐためには、見積の前提条件、見積価格や納期の提示など書面によるやり取りを保存しておく必要があります。

＜消費税転嫁対策特別措置法の適用＞

なお、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、商品又は役務の供給の対価に係る交渉において、消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申し出を拒むと、消費税転嫁対策特別措置法第３条第３号（本体価格での交渉の拒否）に該当し、問題となります。

本体価格交渉での拒否に該当する場合として，例えば下記のようなケースが該当します。

（１）特定事業者が、特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したため、本体価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させた場合。

（２）特定事業者が、本体価格に消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせた場合。

２）　価格の決定方法

価格は、取引数量、納期の長短、納入頻度の多寡、代金の支払方法、品質、材料費、労務費、運送費、在庫保有費等諸経費、市価の動向等の要素を考慮した、合理的な算定方式に基づき、下請中小企業の適正な利益を含み、労働時間短縮等労働条件の改善が可能となるよう、下請事業者及び親事業者が協議して決定するものとされています。（下請中小企業振興法の振興基準第４）。

また、材料費の大幅な変更など経済情勢の変化や発注内容の変更に応じ、価格について随時再協議を行うと指摘されています（下請中小企業振興法の振興基準第４）。

３）価格を決める際は買いたたきに注意！

取引において、当事者が価格交渉をして自己に有利な条件を導くことは当然に許されます（取引自由の原則）。しかし、下請法が適用される当事者間で自由な交渉に委ねると、どうしても発注者側、親事業者に有利な結果となってしまう場合が多いことを考慮し、下請法は、買いたたきを禁止する規定を置いています。

下請事業者の給付の内容と同種又は類似の給付の内容に対し、**通常支払われる対価に比し、著しく低い下請代金の額**を不当に定めることは、買いたたきとして禁止されています。

ここで「通常支払われる対価」とは、当該給付と同種または類似の給付について当該下請事業者の属する取引地域において一般に支払われる対価をいいます。

４）　どういう場合に買いたたきになるのか？

（１）著しく低いかどうかという**価格水準**（「市価」と「下請事業者の給付に対して支払われる対価」との乖離状況や必要に応じその給付に必要な原材料等の価格動向など）

（２）不当に定めていないかどうかという下請代金の額の**決定方法**（下請事業者と十分な協議が行われたかどうかなど対価の決定方法）や対価が差別的であるかどうか等の決定内容を勘案してケースバイケースで当、不当を総合的に判断するとしています。

■次のような場合は買いたたきに該当するおそれがあります。

＜対価の決定方法が欺瞞的な場合＞

大量に発注することを前提として単価を決定したが、実際はごく少量しか発注しなかっ

た場合

＜十分な協議を行っていないことが明らかな場合＞

例えば下記のようなケースが該当します。

（１）親事業者が**一律一定率**に単価を引き下げて下請代金の額を定める場合

（２）親事業者の予算単価のみを基準として、**一方的に通常支払われる対価より低い単価で下請代金の額を定める**場合

（３）親事業者が指定した原材料が高騰していることが明らかな状況で、下請事業者からの単価の引き上げ要請があったにもかかわらず、十分に協議をすることなく**一方的に単価を据え置く**場合

（４）これまでの取引よりも短納期発注に変更されることにより確実にコスト増が見込まれるため従来の単価では対応できないとして下請事業者から単価の引き上げを求めたにもかかわらず、下請事業者と十分に協議をすることなく**一方的に従来どおりに単価を据え置く**場合

（５）これまでの取引よりも多頻度小口配送によりコスト増が確実に見込まれるため従来の単価では対応できないとして下請事業者から見積書を提出したにもかかわらず、一方的に通常の対価相当と認められる下請事業者の見積価格を大幅に下回る単価で下請代金の額を定める場合

５）　消費税転嫁対策特別措置法における買いたたき

特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、対価の額を通常支払われる対価に比して低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むと、消費税転嫁対策特別措置法第３条第１号後段（買いたたき）に該当し、問題となります。

ただし、対価の額を通常支払われる対価に比して低く定めることに「合理的な理由」がある場合には、消費税転嫁対策特別措置法の買いたたきには当たりません。

買いたたきとならない合理的な理由がある場合としては、例えば、下記のようなケースが該当します。

（１）原材料価格等が客観的にみて下落しており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該原材料価格等の下落を対価に反映させる場合

（２）特定事業者からの大量発注、特定事業者と特定供給事業者による商品の共同配送、原材料の共同購入等により、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該コスト削減効果を対価に反映させる場合

（３）消費税転嫁対策特別措置法の施行日前から、既に当事者間の自由な価格交渉の結

果、原材料の市価を客観的に反映させる方法で対価を定めている場合

なお、「自由な価格交渉の結果」とは、当事者の実質的な意思が合致していることであって、特定供給事業者との十分な協議の上に、当該特定供給事業者が納得して合意しているという趣旨です。

６）発注に知的財産権が含まれる場合の値決め

発注内容に著作権等の知的財産権の譲渡が含まれる場合は、発注書面に著作権等の使用許諾か、譲渡か、また、部分的に譲渡又は許諾させる場合には、その範囲、期間等を記載し、その内容に応じた対価を支払うことが必要です。

この場合、親事業者が著作権等の対価について、下請事業者と十分協議することなく、一方的に通常支払われる対価よりも著しく低い額を定めることは、買いたたきとして問題となる可能性があります。

また、発注書面に著作権等の譲渡等について含まれていないにも関わらず、著作権等を無償で譲渡等するよう要請した場合には、不当な経済上の利益提供要請に該当するおそれがあります。

さらに、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、消費税率引き上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに著作権等の知的財産権を無償又は通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で提供するよう要請した場合には、消費税転嫁対策特別措置法第３条第２号（利益提供の要請）に該当し、問題となるおそれがあります。

１－２．見積・取引条件の協議段階で問題となるおそれのある取引事例

① 印刷業の下請事業者が継続取引を行っている親事業者の印刷会社から、段階的に一律価格低減をするよう一方的に通告され、十分協議することなく下請代金の額を決められた。拒否すれば、他社へ発注し、取引継続しないとされた。

⇒一律一定的に価格低減を行い、下請代金の額を定めることは、必要な原材料等の価格動向等合理的な理由を無視している点、一方的に価格の低減を強要する点が問題であり、**「買いたたき」**に該当するおそれがあります。

② 印刷加工業の下請事業者から印刷業の親事業者に見積書が提出されているにも関わらず、取引条件に関する事前の協議をせずに発注し、納品後の請求段階で、下請事業者の見積金額を大幅に下回る親事業者の定めた下請金額を強要した。（後指値の強要）

⇒下請事業者から見積書が提出されているにもかかわらず、協議を行っていない点、見積書の価格よりも大幅に低い下請代金を一方的に決めた点において、**「買いたたき」**に該当するおそれがあります。いわゆる「後指値」は、減額ではなく、「買いたたき」の問題です。なお、発注に際して発注書を出していない点で**「書面の交付義務」**にも違反しています。

③ 総合印刷業の親事業者が顧客（ユーザー）との価格、仕様が確定していない段階で作業を優先させるために代金を決めずに下請事業者に発注した。その後、顧客との間で価格が決定したが、想定したよりも低い金額だったため、下請事業者にもそれに見合う通常より大幅に低い取引金額に設定して協力要請した。

⇒自らの受注価格が決まる前に発注していますが、単に顧客との間で仕様を決めない間に発注することは、価格が決まらないことについて正当な事由は認められないので、**「書面の交付義務」**に違反すると同時に、「後指値」として、下請事業者と代金に関する協議をせずに一方的に通常より大幅に低い価格を決めた点で**「買いたたき」**に該当するおそれがあります。

④ 親事業者の印刷会社が従来の取引先である下請事業者との価格決定の際に、数社から見積りを出させた上で、その中での最低価格を強要するなど過度な値下げ交渉をした。

⇒数社から見積を採ること自体は下請法上問題となるものではありませんが、他の事業者が提示した最低価格を、従来の取引先である下請事業者に強要することは「買いたたき」に該当するおそれがあります。

２．発注段階の留意事項

１）発注時には直ちに発注書面を下請事業者に交付しなければいけません

口頭発注による様々なトラブルを未然に防止するため、親事業者は発注に当って、発注内容を明確に記載した書面を交付しなければなりません。記載すべき事項は、法令で具体的に定められており、原則として該当するものをすべて決定した上で記載する必要があります。

２）発注書面に記載すべき事項

発注書面に記載すべき事項は、以下のとおりです。

発注書（3 条書面）に記載する事項
① 親事業者及び下請事業者の名称
② 製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託をした日（発注日）
③ 下請事業者の給付の内容（発注内容）
④ 下請事業者の給付を受領する期日（納期）
⑤ 下請事業者の給付を受領する場所（納入場所）
⑥ 下請事業者の給付の内容について検査をする場合は、その検査を完了する期日
⑦ 下請代金の額（算定方法による記載も可）
⑧ 下請代金の支払期日
⑨ 手形を交付する場合は、その手形の金額（支払比率でも可）及び手形の満期
⑩ 一括決済方式で支払う場合は、金融機関名、貸付け又は支払可能額、親事業者が下請代金債権相当額又は下請代金債務相当額を金融機関へ支払う期日
⑪ 電子記録債権で支払う場合は、電子記録債権の額及び電子記録債権の満期日
⑫ 原材料等を有償支給する場合は、その品名、数量、対価、引渡しの期日、決済期日、決済方法

３）発注書面のサンプル

参考－発注書面サンプル（規則で定められた事項をひとつの書式に網羅した場合）

注文書

○×株式会社　殿①

平成○年○月○日②
△△株式会社①

発注内容③
注文品や作業等の内容が十分に理解できるように記入する。
著作権など知的財産権の譲渡・許諾を含んで発注する場合はその旨を明確に記載する。

納期④	納入場所⑤	検査完了期日⑥
平成○年×月×日	弊社本社△△課	平成○年×月××日
下請代金額（円）⑦	支払期日⑧	支払方法
100，000円	平成○年××月×日	現金

４）発注書面に共通する記載事項を予めまとめて示しておく方法

下請取引は継続的に行われることが多いため、取引条件について基本的事項（例えば支払方法、検査期間等）が一定している場合には、これらの事項（共通記載事項と言います）に関してはあらかじめ別の書面（取引基本通知書等）により通知することで、個々の発注に際して交付する書面への記載が不要となります。

この場合には、発注書面に「下請代金の支払方法等については平成○年○月○日付け（あるいは現行の）『支払方法等について』による」ことなどを付記して**発注書面との関連付け**をしておかなければなりません。

参考－共通記載事項に係る文書の記載例

平成○年○月○日

＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿殿

○○○株式会社

支払方法等について

当社が今後発注する場合の支払方法等については下記のとおりとしたいので、御承諾下さい。なお、御承諾の場合は、ご連絡下さい。

記

1　支払制度　納品毎月○日締切　翌月○日払

2　支払方法　支払総額○円未満現金

支払総額○円以上　現金○％

手形○％　　手形期間○日

一括決済方式○％

（金融機関名　決済は支払期日から起算して○日目）

電子記録債権○％

（決済は支払期日から起算して○日目）

3　検査完了期日　納品後○日

4　実施期間　　平成○年○月○日から、本通知の内容に変更があり新たに通知するまでの間（新たな通知の実施期間の開始日の前日まで）

以上

５）下請代金の記載

（１）下請代金の額を記載する場合

「下請代金の額」は、発注時に協議して決定した具体的な金額を明確に記載することが原則です。

（２）算定方法を記載する場合

具体的な下請代金の額を記載することが困難なやむを得ない事情がある場合、次の要件を備えた算定方法（例：工賃○円×所要時間数＋原材料費）による記載が認められています。

① 下請代金の具体的な金額を自動的に確定するもの。

② 発注書面とは別に算定方法を定めた書面を交付する場合は、これらの書面の関連付けを行うこと。

③ 下請代金の具体的な金額を確定した後は、速やかに下請事業者へ書面にて交付すること。

６）発注書面の記載事項が定められないことにつき正当な理由がある場合

下請代金の額や発注内容などの必要記載事項が**定められない正当な理由**がある場合（例：広告制作物の作成委託において制作物の具体的な内容が確定していない場合）には、以下の要件の下、正式な単価でないことを明示した上で、**仮単価を記載したり、下請代金の額や発注**内容を記載せずに発注書面を交付することが認められています。

① 下請代金の額等が定められない**理由**及び**それを定めることとなる予定期日**を当初書面に記載

② 記載しなかった事項の内容が**確定した後には、直ちに**当該事項を記載した**補充書面**を交付すること。

③ 当初書面と補充書面との関連づけをしておくこと。

■正当な理由が認められる場合は？

取引の性質上、委託した時点では具体的な必要記載事項の内容が定められることができないと客観的に認められる場合であり、例えば、ユーザーとの取引価格が決定していないためなど具体的記載事項の内容について決定できるにもかかわらず決定しない場合や、下請代金の額として「算定方法」を記載することが可能である場合には「正当な理由」とは認められません。

参考－補充書面の例

当初書面の例

注文書

〇×株式会社　　　　平成〇年〇月〇日

△△株式会社

給付の内容
品名　〇△□
＊詳細仕様は未定（後日交付する「〇〇仕様書」による。）

納期	納入場所	検査完了期日
平成〇年×月×日	本社△△課	平成〇年×月×日
下請代金額	支払方法	支払期日
＊　未定	現金	平成〇年××月×日

・未定の事項の内容が定められない理由：
ユーザーの仕様が未定のため
・未定の事項の内容が定めることとなる予定日：
平成〇年〇月〇日

補充書面の例

注文書

〇×株式会社　　　　平成〇年〇月×日

△△株式会社

給付の内容
「〇〇仕様書」のとおり

下請代金金額（円）　100，000円

＊本注文書は、平成〇年〇月〇日付け注文書の
記載事項を補充するものです。

７）支払期日の記載

親事業者は、物品等を受領した日から60日以内のできる限り短い期間内の日を支払期日として定めなければいけません。下請取引以外では、支払期日について制限はありませんが、あまりに支払期日を先にして一方的に定めることは、取引の一方が相手方に対し優越的地位にある場合には、優越的地位の濫用に該当する場合があります。

支払制度を定める場合、末日締め切りの場合は、翌月末日払いとする必要があります。なぜなら、例えば、1日に受領した場合は、当月末日で30日が経過し、翌月末日で既に60日を経過してしまうからです。なお、60 日は、月単位で定める場合は、２か月としてみます。

８）内示と発注の違い

内示は、本来、発注そのものではなく、発注を予告する意味しか持たないものですが、口頭又は書面による内示であっても、受発注の実態からみて正式の発注と認められる場合には、当該内示により正式発注があったと認定されます。この場合、当該内示の段階で発注書面を交付しなければ下請法第３条に違反するおそれがあります。

また、当該内示に基づいて製造した製品を親事業者が受領しない場合、受領拒否にも該当するおそれがあるので、注意が必要です。

９）仕様・検査基準の明確化

発注時の仕様や検査基準が不明確であると、必然的に「下請事業者の責めに帰すべき理由」に該当するか否かの判断基準も不明確になってしまうため、後にトラブルが生じるおそれがあります。従って、仕様・検査基準はできる限り明確な内容として合意しておくべきです。

例えば、当初検査基準を示さずに、後で恣意的に厳しい検査基準を設け、委託内容と異なる又は瑕疵等があるとし、費用の全額を負担することなく給付内容の変更を要請することは、「不当な給付内容の変更」に該当するおそれがあります。

10）有償支給原材料等の支給

有償支給原材料等の支給は、支給材の売買契約ですが、品質維持や改善等の必要性等正当な理由がないにもかかわらず、親事業者の指定する自社製品や他社製品を強制的に下請事業者に購入させることは、「購入強制の禁止」に該当するので、注意が必要です。

また、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、自社の指定する商

品を購入しなければ、消費税率引上げに伴う対価の引上げに当たって不利な取扱いをする旨を示唆する場合には、消費税転嫁対策特別措置法第３条第２号（商品購入、役務利用の要請）に該当するので、注意が必要です。

11）営業秘密の取扱い

不正競争防止法は、技術・ノウハウ等の「営業秘密」を不正に取得する行為や、不正に取得した営業秘密を使用・開示する行為等を「不正競争」と定め、差止・損害賠償請求等の対象としているとともに、一定の悪質な行為（営業秘密の管理に係る任務を負う者が、その任務に背いて、複製禁止の資料を無断で複製する行為、消去すべきものを消去したように仮装する行為等）については、併せて刑事罰の対象ともしています

また、平成２５年８月１６日、経済産業省により営業秘密管理指針が改訂されました。中小企業等の利便性から同管理指針と併せて、チェックシート、契約書等の参考例、我が国における情報管理に関する各種ガイドライン、営業秘密を適切に管理するための導入手順例等が公表されたことから、各事業者においては、同指針を参照するなどして営業秘密の取扱いについての理解を深めるとともに、親事業者にあっては、下請事業者に損失を与えることのないよう十分な配慮を行うことが求められます。

【営業秘密管理指針（概要）[2]】

○大量の情報をやみくもに営業秘密として管理することは、管理の実効性等を低下させ、結果的に秘密管理性が認められないことにもなりかねない。管理すべき情報を絞り込み、合理的な管理をすることが重要。

○コンプライアンスの観点から、自社の従業員が他社の営業秘密を侵害しないための管理が必要であり、そのためには営業秘密を扱う「人」の管理を適切に行うことが重要。

○会社間で取引等を行う場合には、取引の開始時において、秘密保持の対象となるか否かを明確に定めた秘密保持契約を締結する。

○他社の営業秘密の不正な使用又は開示を前提とした採用活動は行わない。転入者の配属については、転入者が転入前の会社に対して負っている競業避止義務や秘密保持義務に留意する。

---

[2] 営業秘密の管理及び営業秘密管理指針の詳細は、経済産業省　知的財産政策／不正競争防止に関するウェブサイトを参照のこと。
http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/trade-secret.html

２－２　発注段階で問題となるおそれのある取引事例

① 印刷作業の着手を優先させて、口頭での発注を行い、事後でも発注書の交付を行わなかった。

⇒発注書面を交付していない以上、下請法第３条**「書面交付義務」**違反であることは明白ですが、「印刷作業の着手を優先」する必要が何故あったかが問題です。顧客の都合で、先行手配しなければ納期に間に合わないという事情がある場合、発注書面を交付できるような取引に変えていかなければいけませんし、発注する以上、発注書面の交付方法も検討する必要があります。

② 総合印刷業の親事業者が明確な取引価格を決めずに価格の記載されていない発注書を交付し、下請事業者に発注した。納品後に親事業者が設定した価格を記載した発注書を発注時の日付に遡って交付した。

⇒正当な理由がないにもかかわらず価格の記載のない発注書を交付すること及び納品後に発注書の日付を遡って発行すること（おそらく差し替えか？）は、下請法第３条の**「書面の交付義務」**違反です。また、納品後一方的に親事業者の設定した価格を強要することは**「買いたたき」**に該当するおそれがあります。

③ 親事業者が顧客（ユーザー）から印刷業務を受注したが、親事業者の都合で仕様や受注金額が確定していないため、下請事業者に仕様の詳細や価格を定めずに発注した。従って、発注書も交付しなかった。

⇒発注書面を交付していない以上、下請法３条**「書面交付義務」**違反であることは明白です。仕様や受注金額が確定していないことが発注書面に記載しないことの正当事由になるか否かについては、公取委は、具体的記載事項の内容について決定できるにもかかわらず親事業者の都合により決定しない場合は、正当事由有りとは認めていません。従って、当初書面、補充書面を出す方法はとれず、内容を決めてから発注すべきといえます。

④ 親事業者の印刷会社が作業の着手を優先させるため下請事業者の印刷加工会社に対して価格決定をせずに発注した。発注書は発行したが、価格は記載されていなかった。その後価格については、納品後に協議して決定した。

⇒必要事項が記載されていない発注書の交付は下請法第３条の**「書面の交付」**義務違反となります。「作業の着手を優先させるため」というのは、発注書面に記載しない正当理由とはなりません。

Ｂ．発注変更段階

１．発注変更段階での留意事項

１）発注変更

申し込みと承諾により契約が成立しますが、一旦契約が成立すると契約当事者に拘束力が生じます。従って、一旦契約が成立すると、契約違反（債務不履行）など契約の解除事由がない限り、一方のみの意思では契約内容を変更したり、消滅させたりすることはできなくなります。

従って、親事業者が発注内容を変更する場合は、下請事業者がそれまでの作業に要した費用を負担するなどにより、下請事業者の利益を不当に害さないようにする必要があります。

２）発注変更の際、新たな発注書面の交付は必要か？

発注変更により**新たな発注**と認められる場合は、改めて発注書面を交付する必要があります。例えば、発注数量を減少するだけの場合は、新たな発注とは認められないでしょう。新たに追加する場合や数量を増加させる場合は、新たな発注と見られることになります。

新たな発注と認められる場合は、発注書面を交付しないと、書面交付義務違反となるので、注意が必要です。

では、新たな発注と認められない場合はどうすればよいのでしょうか。親事業者には、次に述べる書類の作成保存義務が課せられています。従って、新たな発注とならない場合は、次に述べる下請法第５条に定める書類を作成し、２年間保存しなければいけません。

３）どのような書類を作成・保存すればよいのか？

下請法では、下請取引に係るトラブルを未然に防止するとともに、行政機関の検査の迅速さ、正確さを確保するために次のような事項を記載した書類の作成を親事業者に義務づけるとともに、２年間の保存義務を課しています。

発注書面の交付も同様の趣旨ですが、発注変更が行われたり、発注内容が実現されなかった時は、その内容や理由を書類により保全しておかないと、トラブルは防止できません。反面、親事業者にとっては、後に行政機関から下請法の遵守を問われた場合、発注書面と異なる事態が生じた場合、その内容や理由を保全しておけば、それらを行政機

関に示すことにより、自社の下請法遵守の状況を説明することができます。
　従って、親事業者は、義務というよりも積極的に下請法第５条書類を作成し、保存することに十分な意味があるといえます。

■下請法第５条の書類の記載事項は？

　書類に記載すべき事項は、以下のとおりです。

書類（下請法第 5 条書面）に記載する事項
①　下請事業者の名称
②　製造委託、修理委託、情報成果物作成委託又は役務提供委託をした日（発注日）
③　下請事業者の給付の内容（発注内容）
④　下請事業者の給付を受領する期日（納期）
⑤　下請事業者から受領した給付の内容及び給付を受領した日
⑥　下請事業者の給付の内容について検査をした場合は、検査を完了した日、検査の結果及び検査に合格しなかった給付の取扱い
⑦　下請事業者の給付の内容について、変更又はやり直しをさせた場合、内容及び理由
⑧　下請代金の額（算定方法による記載も可※）
⑨　下請代金の支払期日
⑩　下請代金の額に変更があった場合は、増減額及び理由
⑪　支払った下請代金の額、支払った日及び支払手段
⑫　下請代金の支払につき手形を交付した場合は、手形の金額、手形を交付した日及び手形の満期
⑬　一括決済方式で支払うこととした場合は、金融機関から貸付け又は支払を受けることができることとした額及び期間の始期並びに親事業者が下請代金債権相当額又は下請代金債務相当額を金融機関へ支払った日
⑭　電子記録債権で支払うこととした場合は、電子記録債権の額、下請事業者が下請代金の支払を受けることとした期間の始期及び電子記録債権の満期日
⑮　原材料を有償支給した場合は、その品名、数量、対価、引渡しの期日、決済をした日及び決済方法
⑯　下請代金の一部を支払又は原材料等の対価を控除した場合は、その後の下請代金の残額
⑰　遅延利息を支払った場合は、遅延利息の額及び遅延利息を支払った日
※下請代金の額として算定方法を記載した場合には、その後定まった下請代金の額及びその定まった日を、その算定方法に変更があった場合、変更後の算定方法、その変更後の算定方法により定まった下請代金の額及び変更した理由を記載しなければならない。

４）発注取消や下請事業者に不利益な発注変更はできるのか？

下請事業者に責任がない場合、発注を取り消したり、発注内容を変更し、下請事業者に不利益を与えることは、「不当な給付内容の変更」として下請法違反となります。
親事業者が下請事業者に費用を支払わずに「給付内容の変更」を求めることはできるのは、下請事業者から「給付内容の変更」を要請された場合、給付の受領前に確認したところ、給付の内容が発注書面に明記された注文内容と異なるか、瑕疵があることが合理的に判断される場合の変更に限られます。

５）下請事業者が合意すれば不利益な変更もできるのか？

下請事業者の合意が得られた場合であっても、例えば、数量の変更を合意したが、その変更に際して、転用できない材料購入費用等下請事業者の損失を親事業者が補償しなければ、下請事業者の利益を不当に害する場合には「不当な給付内容の変更」として下請法違反となります。

２．発注変更段階で問題となるおそれのある取引事例

① 印刷業の親事業者が製版業者（下請事業者）に製版業務を依頼したが、顧客先（ユーザー）の都合により、当初想定していなかった仕様変更や修正作業が発生したにも関わらず、追加費用を支払わなかった。

⇒当初想定していなかった委託作業が発生し、下請事業者に追加的な作業が必要となった場合にその費用負担をしないことは**「不当な給付内容の変更」**に該当するおそれがあります。

② 印刷業の親事業者が製本業の下請事業者に対し、製本加工業務の委託打診を行い、日程的に可能であるとの回答を得たため口頭で発注した。下請事業者は、必要な資材の購入や人員の確保等準備を進めたが、親事業者の印刷工程が遅れた為、製本加工が突然キャンセルとなった。この結果、下請事業者に不利益が生じたが、キャンセル料は支払われなかった。

⇒口頭のみの発注は、「書面の交付義務」違反に該当します。また、発注のキャンセルにより、下請事業者に費用負担が発生したにも係らず、親事業者が費用負担しないことは**「不当な給付内容の変更」**に該当する恐れがあります。

③発注当初想定した印刷部数で下請事業者の単価を設定し発注したが、その後作業途中で発注部数が減少となった。部数変更により単価が上昇したが、請求単価の見直しが認められず下請事業者に不利益が発生した。

⇒発注部数の減少により単価が上昇したため、下請事業者が単価の見直しを求めたにもかかわらず十分な協議を行わず、一方的に従来の単価に据え置くことは「買いたたき」に該当するおそれがありますので、このようなケースでは、単価の再協議を行うべきです。

C．受領段階

１．受領段階での留意事項

１）下請取引では原則として受領拒否できない

下請事業者が納期に納品しようとする場合、原則として受領を拒否することはできません。なぜなら、下請法の「製造委託」は、仕様を指定して親事業者のために製造してもらったものなので、他に転用できないからです。

従って、下請事業者に責任がないにもかかわらず、受領拒否すれば、下請法に違反します。受領拒否には、下請事業者が納入する給付の目的物を指定した納期に受け取らないほか発注の取消し（または契約の解除）をして、給付の目的物を受領しない行為も含まれます。

２）受領拒否できる場合

親事業者が受領拒否できるのは、下請事業者の納品したものが**仕様違い**か、**瑕疵がある**場合、また、指定した納期までに納入されなかったため、そのものが不要になった場合（ただし、無理な納期を指定している場合などは除かれます。）だけです。親事業者は、瑕疵の存在及びその責任が親事業者ではなく、下請事業者にあることを後に行政機関に説明できるようにしておく必要があります。

もちろん、納期を期日で指定した場合、**納期前**に受領する義務はありません。

また、指定した納期に納入されなかった場合であっても、無理な納期を指定している場合等は受領拒否はできません。

この場合、下請事業者の要請に応じて物品を受領することが望ましいですが、その場合には、仮受領する旨を伝え、納入された物品を納期まで保管し、発注書面に記載された支払期日に下請代金を支払えば問題ありません。ただし、仮受領とせず受領した場合には、受領した日から起算して 60 日以内に下請代金を支払わなければなりません。

３）下請取引では原則として返品できない

下請事業者から受領した場合、原則として返品することはできません。なぜなら、下請法の「製造委託」は、仕様を指定して親事業者のために製造してもらったものなので、他に転用できないからです。

４）返品できる場合

下請事業者の責めに帰すべき事由があるとして親事業者が返品できるのは、**仕様違い**と**瑕疵**がある場合だけです。親事業者は、瑕疵の存在及びその責任が親事業者ではなく、下請事業者にあることを後に行政機関に説明できるようにしておく必要があります。

５）返品期間

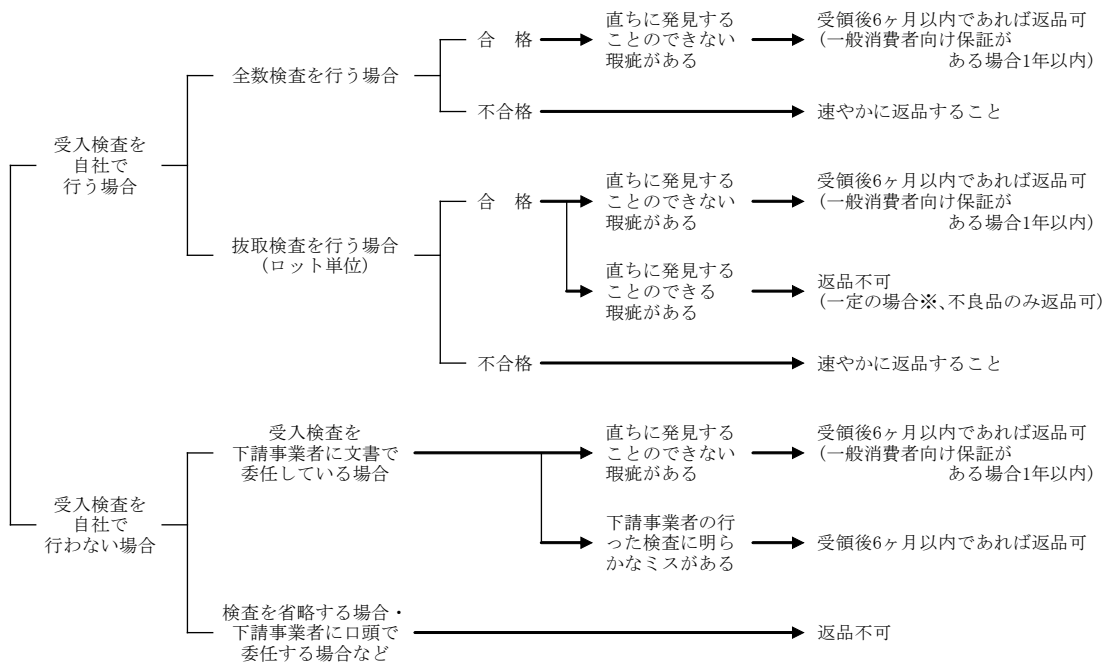
親事業者が下請事業者に返品を求めることができる期間は、親事業者が検査をする場合では下記のとおりです。

（１） 直ちに発見できる瑕疵の場合

通常の検査で直ちに発見できる瑕疵の場合、発見次第速やかに返品する必要があります。

（２）直ちに発見できない瑕疵の場合

通常の検査で発見できない瑕疵で、ある程度期間が経過した後に発見された瑕疵については、その瑕疵が下請事業者に責任があるものである場合は、当該物品等の**受領後６か月以内に**返品することは問題ありませんが、６か月を超えた後に返品すると下請法違反となります。ただし、**一般消費者に対して６か月を超えて**品質保証期間を定めている場合には、その**保証期間に応じて最長１年以内**であれば親事業者は下請事業者に返品することができます。この場合でも、返品できるのは、その瑕疵に明らかに下請事業者の責任がある場合に限ります。

なお、検査方法と返品期間については、下記に従う必要があります。

６）下請取引では不当なやり直しは要求できない

親事業者は、下請事業者に対し、有償でやり直しを求めることは許されますが、下請事業者に責任がないにもかかわらず、無償でやり直しを求めることは下請法違反となります。

なお、下請事業者の給付に瑕疵があるなど、下請事業者の責めに帰すべき理由があり、下請代金の支払前（受領後６０日以内）にやり直しをさせる場合には、やり直しをさせた後の物品等を受領した日が支払期日の起算日となります。

７）やり直しを求めることができる場合

親事業者が無償でやり直しを求めることができるのは、下請事業者の給付の受領後、給付の内容が発注書面に明記された注文内容と異なる場合と**瑕疵**がある場合だけです。親事業者は、瑕疵の存在及びその責任が親事業者ではなく、下請事業者にあることを後に行政機関に説明できるようにしておく必要があります。

８）やり直しを求めることができる期間

親事業者が下請事業者に無償でやり直しを求めることができる期間は、下記のとおりです。

（１） 通常の検査で直ちに発見できる瑕疵の場合

発見次第速やかにやり直しを求める必要があります。

（２） 通常の検査で直ちに発見できない瑕疵

この場合下請事業者に対してやり直しさせることのできる期間は、**受領後１年以内**です。ただし、親事業者が**ユーザー等に対して１年を超えた瑕疵担保期間**を契約している場合に、親事業者と下請事業者がそれに**応じた瑕疵担保期間をあらかじめ定めている場合**は除きます。例えば、親事業者がユーザー等に５年の瑕疵担保期間を定めている場合、下請事業者との間でも事前に受領から５年以内の瑕疵担保の合意をしているのであれば、その範囲で認められるということです。

２．受領段階で問題となるおそれのある取引事例

① 下請事業者の印刷会社が指定納期に納品しようとしたが、親事業者の倉庫の都合により、納品日をずらすことを要請された。後日、納品したが、受領日は納品予定日ではなく、変更された実際の納品日とされた。

⇒指定納期にも係らず親会社の事情で納品を拒否し、納品日を遅らせると「受領拒否の禁止」に該当します。

② 下請事業者から納品された印刷物に仕様上のミスが見つかった。仕様書を交付していなかったため原因は親事業者の指示ミスか下請事業者の過失によるものかはっきりしなかったが、下請事業者に無償でやり直しをさせた。

⇒無償でやり直しを求めることができるのは、物品に仕様違いや瑕疵があり、その責任が下請事業者にあることが明確な場合だけです。下請事業者に責任があることを親事業者が明らかにできないのに無償でやり直しを求めるのは「不当なやり直し」に該当するおそれがあります。

Ｄ．支払段階

１．支払段階の留意事項

１）下請代金の「支払」は現金払いが原則

下請代金の支払は、**現金払い**が原則ですが、一般の金融機関で割引くことが困難な手形の交付は下請法上問題となります。

下請中小企業振興法の振興基準第４では、手形金額を定めるにあたっては、取引数量、納期の長短、納入頻度の多寡、品質、材料費、労務費、運送費、在庫保有費等諸経費、市価の動向等のほかに**支払方法**も考慮した、合理的な算定方式に基づき、算定すべきとしています。従って、本来は満期までの期間が考慮されて然るべきといえます。

また、下請取引適正化推進会議手形支払ワーキンググループ中間報告（平成 21 年 3 月）においては、手形のサイトの短縮に向けて、業界が一体となってサイト基準を合意し業界全体として短縮化を図っていくといった取り組みを行うことが望ましいと報告されています。その際には、当該業界の上位企業が率先してサイトの短縮化や支払の現金化を図っていくこととすべきであるとされていることから積極的に取り組むことが望まれます。

なお、事業者が共同してサイト基準を決定するなど実際に自主規制を設ける場合は、独占禁止法の禁止行為に抵触するおそれがあるので留意が必要です。

２）支払方法の変更と下請代金

当初当事者間で手形払いの合意があったが、下請事業者の希望により一時的に現金で支払う場合、親事業者は、手形金額から親事業者の短期調達金利相当額の範囲内で差し引くことは認められます。

但し、支払方法が手形払いの場合であって、一時的にではなく恒常的に現金で支払うという場合は、発注書面に記載した金額から差し引くことは下請法で禁止される減額に該当します。また、支払方法を変更した場合は、変更後の支払方法を発注書面に記載するか、書面により下請事業者に通知する必要があります。

３）支払期日での全額支払

下請代金は、支払期日に全額支払わなければいけません。

支払期日は、給付を受領した日から 60 日の期間内でできるだけ短い期間内に定められなければならず、給付を受領した日は、**検収の有無にかかわらず、**親事業者が下請事業者から給付の目的物を受領した日です。支払期日の厳守は、取引適正化の重要項目です。業界全体として取り組んでいきましょう。

もし、下請事業者の給付に仕様と異なる物や瑕疵があった場合は、やり直しの後、再度完全な物を受領した日が給付を受領した日になります。

４）支払遅延

下請代金が支払期日に全額支払われなければ、支払遅延となります。これも下請法違反です。

５）支払遅延の際の遅延利息の支払い

下請法上は、給付を受領した日から起算して 60 日を経過した日から、実際に支払をする日までの期間について、その日数に応じ当該未払金額に年 14.6％の遅延利息を支払わなければならないとされています。

６）有償支給原材料等の対価の決済

下請法上、親事業者が下請事業者の給付に必要な原材料等を有償で支給している場合に、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに、当該原材料等を用いた給付に対する下請代金の支払日より早い時期に、当該原材料等の対価を相殺したり、支払わせたりすることは下請法違反となります。

このような制限があるのは、親事業者が有償で支給した原材料等の対価を早期に決済することは、支払遅延の場合と同様、下請事業者の受け取るべき下請代金の額が減少し、資金繰りが苦しくなるなど下請事業者が不利益を被ることになるからです。

下請代金の対象となった物品に使用された原材料かどうかの管理ができていないと、有償支給原材料の早期決済の禁止に違反してしまう可能性があるので、納品される物品の下請代金の支払制度や検査期間、下請事業者の加工期間を考慮して、下請代金の支払と有償支給原材料等の対価の決済が「見合い相殺」になる仕組みにしておくことが大切です。

７）減額の禁止

発注時に決定した下請代金を下請事業者の責任がないのに発注後に減額すると下請

法違反となります。
　例外的に減額が許される場合は、以下の場合だけです。
（１）　下請事業者の責めに帰すべき理由があるとして、受領拒否または返品したものがある場合（納期遅れや瑕疵）、その分に相当する金額を下請代金から差し引く場合
（２）　下請事業者の責めに帰すべき理由があるとして、受領拒否又は返品ができるのにそれをしないで親事業者が自ら手直しをした場合、手直しに係る費用（客観的に相当と認められる額）を差し引く場合
（３）　瑕疵等の存在又は納期遅れによる商品の価値の低下が明らかな場合、客観的に相当と認められる金額を差し引く場合

　なお、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、対価の額を減じることにより特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むと、消費税転嫁対策特別措置法第３条第１号前段（減額）に該当し、問題となるおそれがあります。
　ただし、「合理的な理由」がある場合には、減額とはなりません。「合理的な理由」がある場合とは、以下のような場合が挙げられます。
（１）商品に瑕疵がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者の責めに帰すべき理由により、相当と認められる金額の範囲内で対価の額を減じる場合
（２）一定期間内に一定数量を超えた発注を達成した場合には、特定供給事業者が特定事業者に対して、発注増加分によるコスト削減効果を反映したリベートを支払う旨の取決めが従来から存在し、当該取決めに基づいて、取り決められた対価の額から事後的にリベート分の額を減じる場合

２．支払段階で問題となるおそれのある取引事例

① 納品後、親事業者に請求書を発行したが、支払の段階で協力金という名目で一方的に一定率を引いた額で下請代金が支払われた。

⇒名目を問わず、下請事業者の責任がないのに下請代金を減額することは、下請法の**「下請代金の減額の禁止」**に違反します。

② 手形払いの条件で取引していたが、現金取引とする見返りに、金利相当分として短期調達金利相当額を超えた金額を歩引きとして値引かれた。以降の取引もこれに準ずることが取引条件とされた。

⇒手形払いを現金取引に変更したことを理由に、下請代金を減額することは許されません。手形払いの支払制度のもとで、**一時的に下請事業者の要請**により現金払いとする場合は、親事業者の短期調達金利相当額の範囲内で差し引くことは認めていますが、現金払いの支払制度のもとでは、減額することは許されません。

③ 製本加工の下請事業者が親事業者の出版社から、支払時に手形期間が 120 日を超える手形を交付された。

⇒支払期間が 120 日を超える手形を交付することは、下請法上、**「割引困難な手形の交付禁止」**に違反するおそれがあります。

Ｅ．下請事業者への要請

１．下請事業者への要請の留意事項

１）購入・利用の要請

親事業者は、正当な理由がないのに、自社製品や自社が指定した第三者の商品の購入や自社のサービスや自社が指定する第三者のサービスを利用するよう強制すると下請法違反となります。

このような購入・利用強制が禁止されるのは、下請事業者は、親事業者の押し付け販売等を拒否することが困難な場合が多いためです。

２）強制か否かの判断基準

下請法の条文は、強制となっていますが、これは、下請取引においては、親事業者が任意に購入等を依頼したと思っても、下請事業者にとっては、その依頼を拒否できない場合もあり得るので、事実上、**下請事業者が購入等を余儀なくされたか否か**によって判断されます。従って、購買・外注担当者等下請取引に影響を及ぼすこととなる者が下請事業者に自己の指定する物の購入・役務の利用を要請することは、購入・利用強制に該当するおそれがあるので、十分な注意が必要です。

下請法が適用されない場合でも、取引上優越した地位にある事業者が、継続して取引する相手方に対し、自己の指定する製品を不当に購入させたり、サービスを不当に利用させたりする行為は、独占禁止法上の優越的地位の濫用に該当するおそれがあります。

また、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、自己の指定する商品を購入させ、若しくは自己の指定する役務を利用させると、消費税転嫁対策特別措置法第３条第２号（商品購入、役務利用の要請）に該当するおそれがあります。

ただし、取引上合理的必要性があり、特定供給事業者に不当に不利益を与えない場合は、商品購入又は役務利用の要請に該当しません。

３）経済上の利益の提供要請

親事業者が下請事業者に対し、経済上の利益の提供を求め、下請事業者の利益を不当

に害することは下請法上禁止されています。下請事業者が親事業者のために協賛金、従業員の派遣等の経済上の利益を提供させられることにより、下請事業者の利益が不当に害されることを防止するためです。

　また、特定供給事業者からの商品の供給に関して、特定事業者は、特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させると、消費税転嫁対策特別措置法第３条第２号（利益提供の要請）に該当するおそれがあります。

　ただし、取引上合理的必要性があり、特定供給事業者に不当に不利益を与えない場合は、利益提供の要請に該当しません。

２．下請事業者への要請について問題となるおそれのある取引事例

① 印刷業の親事業者の発注担当者が下請事業者に対し、自社の顧客が扱っている商品の購入を要請した。広告会社（親事業者）の発注担当者が印刷発注している下請事業者に対し、自社の顧客が扱っているイベントチケットの購入を要請した。
⇒いずれも、事実上、下請事業者が購入を余儀なくされたと考えられ下請法の**「購入・利用強制の禁止」**に該当するおそれがあります。

② 親事業者から下請事業者に印刷業務の発注があり、納品後加工代金は全額支払われたが、一部を保管して分納するように要請された。その間の保管料は下請業者が負担し、請求できなかった。
⇒親事業者の都合で下請事業者に製品を保管させたにも係らず、保管料を負担せずに下請事業者の利益を害すると下請法の**「不当な経済上の利益の提供要請の禁止」**に該当するおそれがあります。

③ 下請事業者が親事業者から、協賛金名目で一定率の金額を徴収されている。
⇒親事業者が下請事業者から協賛金等の名目で金銭を徴収し、下請事業者の利益を不当に害すると下請法の**「不当な経済上の利益の提供要請の禁止」**に該当します。また、下請代金から減額すれば、下請法の**「下請代金の減額の禁止」**に違反します。

Ｆ．その他

１．申告等を理由とする下請事業者に対する不利益措置の禁止

下請法は、下請事業者が公正取引委員会や中小企業庁に下請法違反行為を知らせたことを理由として、下請事業者に対して取引数量を減少させたり、取引を停止する等の不利益な取扱いをすることを禁止しています。

また、消費税転嫁対策特別措置法でも、特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対して消費税転嫁対策特別措置法に違反する行為を知らせたことを理由として、特定供給事業者に対して取引数量の削減、取引停止、その他不利益な取扱いをすることを禁止しています。

Ｇ．ベストプラクティクス（取引改善）事例

各段階における取引改善事例や改善への取り組みを掲載しました。

＜見積・発注段階＞

① 総合印刷業Ａ社（下請事業者）では、以前は製版コストと印刷コストの区別をせずに合計金額で受注していた。そのため、初回製版料金の請求が曖昧だった。そこで見積価格及び請求金額を「版代（初回版代のみ)」と「製品代（印刷代：リピート分は全て印刷代)」に分けて提示し、理解を深めた。

⇒工程ごとのコストを明確にすることにより、発注変更（仕様変更）時にも追加作業の請求に関する協議がし易くなった。

② 総合印刷業Ｂ社（下請事業者）では、案件ごとに見積書を作成し、親事業者と協議を行い、価格・納期といった条件面を明確にすることに務めた。

⇒見積の明細、前提条件を明確にすることにより、受注後のトラブルが削減された。

③ スクリーン印刷業Ｃ社（下請事業者）では、基本的な業務における発注ロット別の価格計算表を用意。取引先と折衝を重ね、了承を得た。その後は、計算表に基づいて受注価格計算を行っている。

⇒この結果、取引価格の取決めの透明度が増した。

＜受領段階＞

① 総合印刷業Ｅ社（下請事業者）は、顧客との文字校正や色校正の際に校正紙に確認サインをもらうなど、印刷工程での確認は必ず書面で行っている。また、仕様書や仕様変更の際にも書面による確認を行っている。

⇒責任の所在が明確になり、やり直しなどのトラブルが減少した。

② 総合印刷業Ｆ社（親事業者）は、納期期限前に下請事業者からの受領したものでも、工場へ納品された時点で自動的に 60 日以内の支払手続きをするシステムを組んでいる。

⇒支払遅延が生じない。

＜その他＞

① 総合印刷業Ａ社（親事業者）では、社内文書である「購買管理規程」の中に当社が発注者となる下請取引について、下請事業者の特定、下請事業者との取引に係わる遵守事項（下請法の規程の遵守手順をまとめ、関係者に教育して徹底するとともに３ヶ月に一回の管理者による実態のチェック（チェックリスト使用、最終的に担当役員まで報告））と内部監査によるチェックで遵守を徹底させている。
⇒下請法違反を未然に防止できる。

② 総合印刷業Ｂ社（親事業者）では、チェックリストを設けて、事業部ごとに定期的に協力会社の工場（下請事業者）を訪問指導している。協力会社を含めた品質管理体制と協力会社との密接な関係構築が目的である。また、会社全体として年間で貢献度が高い協力会社を表彰している。
⇒下請法違反を未然に防止できる。

③ 広告会社Ｃ社（親事業者）では、下請取引を含めた取引に関するルールを設定し、コンプライアンス室が中心となって、全社的に下請法遵守を徹底すべく取り組んでいる。また、新入社員向けに下請法を解説する冊子を作成して教育するなど周知徹底に務めている。
⇒下請法違反を未然に防止できる。

（参考）

「下請適正等の推進のためのガイドライン」

下請事業者と親事業者の間の望ましい企業間取引を推進するため、各業種ごとに下請ガイドラインを策定していますが、各下請ガイドラインに記載されている望ましい取引事例等のうち、他の業種にも普及すべきものを共通的な事項としてベストプラクティス集を作成しております。

http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/guideline.htm

参考資料

Ｖ．印刷産業における下請法の適用範囲について

印刷産業は、下記の通り、その取引範囲は多岐に渡っている。

〇受注先の多様性（直接受注、中間事業者経由の受注、「仲間仕事」、等）

〇受注品の多様性（物品、附属品、情報成果物、販売促進品、自家使用品、等）

〇取引内容の多様性（製造委託、情報成果物作成委託、役務提供委託、一括委託、等）

〇取引の連鎖（1 つの取引で親事業者、下請事業者の両方の立場になる）

それにより、下請法の適用範囲が判断しづらい現状にある。ここでは、下請法を無理なく理解していくために、印刷産業における下請法の適用範囲を整理した形でより簡潔に示していく。

※以下の説明では、前提として取引当事者間の資本金区分が下請法で定める区分に該当する場合とする。

１）製造委託、情報成果物作成委託について

印刷産業取引の特性として、受注品目や取引形態によって、下請法上の下請取引に該当する場合と該当しない場合がある。

印刷物の製造を受注する場合（製造委託）とデザイン・レイアウト等の作成を受注する場合（情報成果物作成委託）と分けて下請取引の適用を整理した。

（1）印刷物の製造を受注する場合

下請取引に該当する場合と該当しない場合は、以下のとおりである。

＜製造委託として下請取引に該当する取引＞

受注品目の種類	具体的な製造品目	取引形態（受注者の立場）	具体的取引内容（製造委託の場合）
販売を目的とするもの	販売用出版物、販売用カレンダー、ポスターなど	顧客（需要者）との直接取引	販売目的の印刷物の製造を顧客より直接受注した。
販売目的か自家使用物かを問わない	印刷物全般	再委託（顧客との直取引ではなく中間事業者経由）	印刷物の製造を顧客から受注した印刷会社や広告会社から再委託された。印刷物の種類は問わない。
自家使用物（自社の経営、管理、営業、販促活動に用いるもの）	カタログ・パンフレット、チラシ、会社案内など	顧客（需要者）との直接取引。顧客が該当品目を自社でも製造している場合。	顧客が自社で使用する会社案内、カタログ、パンフレットなどの印刷物を直接受注した。

＜下請取引に該当しない取引－上記に該当しない取引＞

受注品目の種類	具体的な製造品目	取引形態（受注者の立場）	具体的取引内容（製造請負の場合）
自家使用物（自社の経営、管理、営業、販促活動に用いるもの）	カタログ・パンフレット、チラシ、会社案内など	顧客（需要者）との直接取引。顧客が自社では、該当品目を製造していない場合。	顧客が自社で使用する会社案内、カタログ、パンフレットなどの印刷物を直接受注した。

※ほとんどの取引で下請取引に該当するが、「顧客（需要者）が自家使用する印刷物の製造を直接受注した場合で、当該品目を顧客が自社では製造していない場合」には下請取引には該当しない。

（２）デザイン・レイアウト等（情報成果物）の作成を受注する場合

下請取引に該当する場合と該当しない場合は、以下のとおりである。

＜情報成果物作成委託として下請取引に該当する取引＞

受注情報成果物の種類	具体的な作成品目	取引形態（受注者の立場）	具体的取引内容（情報成果物作成委託の場合）
提供を目的とするもの	取扱説明書、商品のパッケージデザイン	顧客（需要者）との直接取引	提供目的のデザイン、レイアウト等の作成を顧客より直接受注した。
提供目的か自家使用物かを問わない	デザイン・レイアウト全般	再委託（顧客との直取引ではなく中間事業者経由）	顧客からデザイン、レイアウトの作成を受注した会社から再委託された。
自家使用物（自社の経営、管理、営業、販促活動に用いるもの）	カタログ・パンフレット、チラシ、会社案内等の内容のデザイン・レイアウト等	顧客（需要者）との直接取引。顧客が該当デザイン、レイアウト等を自社でも作成している場合。	顧客が自社で使用する印刷物のデザイン、レイアウトの作成を直接受注した。

＜下請取引に該当しない取引－上記に該当しない取引＞

受注情報成果物等の種類	具体的な作成品目	取引形態（受注者の立場）	具体的取引内容（情報成果物の作成の場合）
自家使用物（自社の経営、管理、営業、販促活動に用いるもの）	カタログ・パンフレット、チラシ、会社案内等の内容のデザイン、レイアウト等	顧客（需要者）との直接取引。顧客が該当デザイン、レイアウト等を自社では、作成していない。	顧客が自社で使用する印刷部のデザイン・レイアウトの作成を直接受注した。

※ほとんどの取引で下請取引に該当するが、「顧客（需要者）が自家使用する印刷物のデザインやレイアウト作成を直接受注した場合で、当該情報成果物を顧客が自社では作成していない場合」には、下請取引には該当しない。

（３）制作工程から印刷まで一括受注（発注）した場合

例えば、ポスターの印刷をデザイン・レイアウトから受注した場合のように、情報成果物の作成と物品の製造を同時に委託された場合は、それぞれの取引ごとに、それぞれの資本金区分をもって下請法の適用範囲となるか否か判断される。

ただし、これが一体不可分の取引として発注された場合には、いずれかの資本金区分に該当すれば、当該取引は一体として下請法の適用を受ける。

２）役務提供委託について

印刷産業における主な役務は、封入封緘作業や梱包作業、納品の際の運送（発送）が挙げられる。これらの業務は、1）で前述した物品の製造や情報成果物の作成とは違う取引内容として下請法の適用が判断される。

例：印刷会社が受注したポスターの発送を運送会社に発注（再委託）する。
　　印刷会社が受注したＤＭの封入・封緘作業を加工会社やメーリングサービス会社に発注（再委託）する。

３）適用範囲についてのＱ＆Ａ

（１） 下請法該当の有無

Q1：いわゆる「取次ぎ」は、役務提供委託に該当するか。

Ａ：単に契約事務を代行するものであれば、下請法の対象とならない。

Q2：発注元から規格品、標準品を発注された場合、製造委託に該当するか。

Ａ：広く一般に市販されており、市販品としての購入が可能で、発注が実質的には購入と認められる場合は該当しない。しかし、発注元が仕様等を指定して、その製造を発注すれば製造委託に該当する。例えば、規格品の発注に際し、発注元の刻印を打つ、ラベルを貼付する、社名を印刷するなどの自社（発注元）向けの加工がある場合がこれに該当する。

Q3：発注元から景品の製造を直接受注した場合は、下請法は適用されるか。

Ａ：販売商品に添付される場合は、製造委託の類型１に該当する。また、純粋に無償で配布している景品であっても、発注元が自ら使用する物品に該当するため、当該景品を自社で業として製造している場合には、製造委託の類型４に該当する。

Q.4：社内に簡易印刷機を備え、自家使用の目的でチラシ等を制作している小売店などが、自社で印刷すると大幅にコストがかかってしまうような大量部数のチラシの印刷を印刷会社に委託した場合は、「製造委託」の類型4にあてはまるか？

Ａ：小売店が自家使用又は自家消費するチラシの印刷を、社会通念上事業の遂行とみることができる程度に反復継続的に行っている場合、その印刷を印刷会社に委託する場合は製造委託の類型4に該当する。ただし、小売店が単に印刷する能力が潜在的にあるにすぎない場合には、本ケースのように大量部数のチラシの印刷を印刷会社に委託する場合は該当しない。

Q5：印刷会社Ａ社が、製版作業と印刷作業を同時に印刷会社Ｂ社に委託した場合、情報成果物委託と製造委託それぞれの取引をそれぞれの資本金区分をもって下請法の適用範囲となるか否かを判断すべきなのか、それとも製版作業と印刷作業は一体不可分の取引として見て、いずれかの資本金区分に該当すれば当該取引は一体として下請法に適用されると考えるべきか？

Ａ：下請法の対象となる取引において、「３億円」の資本金区分を用いる取引（製造委託、修理委託並びに政令で定める情報成果物作成委託及び役務提供委託）と「５千万円」の資本金区分を用いる取引（政令で定めるものを除く情報成果物作成委託及び役務提

供委託）が同時に発注された場合には、それぞれの取引ごとに、それぞれの資本金区分をもって下請法の対象となるか否かを判断する。すなわち、親事業者と下請事業者の資本金額によっては、一方の取引だけが下請法の対象となるということがあり得る。ただし、これらが一体不可分の取引として発注された場合には、いずれかの資本金区分に該当すれば、当該取引は一体として下請法の対象となることになる。

（２） 印刷（関連）業務について

Q6：取扱説明書の内容の作成とその印刷を併せて発注するというような、情報成果物作成委託と製造委託を同時に行った場合、下請事業者を画する事業区分はどう判断すれば良いか。

Ａ：それぞれの取引ごとに、それぞれの資本金区分をもって下請法の対象となるか否か判断される。ただし、これが一体不可分の取引として発注された場合には、いずれかの資本金区分に該当すれば、当該取引は一体として下請法の適用を受ける。

Q7：下記の品目を発注元から印刷会社が直接受注した場合、下請法が適用されるか。
例 1）カタログ通販会社が会員向けに無料配布する通販カタログ
例 2）広告を掲載しているが、無料配布しているフリーペーパー
例 3）自動車メーカーや電機メーカーが自社商品の販売のために配布する商品カタログ

Ａ：上記製品が販売物ではなく、純粋に無償で提供される場合には、自家使用として、発注者が反復継続して自社で製造している場合は下請取引に該当するが、そうでない場合は下請取引に該当しない。

Q8:物流事業者から配送用段ボールに貼られるラベルを印刷会社が直接受注した場合、下請法の適用を受けるか。

Ａ：この場合、配送用段ボールの附属品という扱いとなるが、段ボール自体は販売物品ではないため、自家使用として、発注者が反復継続して自社でラベルの印刷を行っている場合は下請取引に該当するが、そうでない場合は下請取引に該当しない。

Q9：印刷工程のみ設備を保有し、普段名刺を印刷している印刷会社Ａが、自社で使用する名刺を印刷会社Ｂにレイアウト（版下）作成から一括発注した場合は下請法の適用を受けるか。

Ａ：この場合、Ａ印刷会社が自社で使用する名刺の印刷を業として行っていることから、印刷工程を委託する場合に下請法が適用される。それ以外の工程については、Ａ印刷会社が業として行っていない場合には、下請法の適用は受けない。

Ｑ10：受注した印刷物の制作に当たって、原稿に用いる写真の撮影をカメラマンやフォトスタジオに発注した場合は下請法の適用を受けるか。

Ａ：写真（データまたはフィルム）は完成原稿の一部を構成する情報成果物なので、情報成果物委託に該当し、受注した情報成果物委託として下請法の適用を受ける。画像処理も含めて撮影を発注した場合も同様に情報成果物委託に該当する。

Ｑ11：印刷会社が自社で企画し制作したカレンダーや手帳類に、購入先からの要請（発注）に基づき、購入先の社名を入れて販売しているケースが多く見られる。このケースは製造委託に当たるか？

Ａ：発注者が販売目的で、印刷会社が自社で企画・制作したカレンダーや手帳類に発注企業名を入れるよう注文を行った場合、印刷会社が自社で企画・制作したカレンダーや手帳類は規格品であっても、発注企業名を入れるという仕様等を指定して製造を委託しているので販売用物品の製造委託として下請法が適用される。なお、発注者が販売目的でなく、印刷会社が自社で企画・制作したカレンダーや手帳類に発注企業名を入れるような注文を行う場合は、自社で業として行っていなければ製造委託に該当しない。

Ｑ12：発注企業からの発注に基づき、受注企業である印刷会社又は製版会社が行う主な製版作業は下記のとおりである。

① ＤＴＰ作業（画像入力、画像修正、色調補正、レイアウト等）
② 集版（製本用のページ立て）
③ フィルム出力
④ 刷版（印刷用の版を作成する。データをアルミ版に焼き付ける作業）

このうち、①、②は「情報成果物」で、③、④は「製造委託」に該当する。①、②の作業だけ（データ渡し）委託されれば、「情報成果物作成委託」となるが、①～③ないし①～④の作業を委託された場合はどのようになるか？

Ａ：下請法の対象となる取引において、親事業者が下請事業者たる製版会社に製版作業を委託する場合、製版作業内容の中に、上記①～④の情報成果物委託と製造委託が含まる取引があれば、それぞれの委託内容を資本金区分に照らして下請法の適用を判断することになります。

ただし、これらが一体不可分の取引として発注された場合には、いずれかの資本金区分に該当すれば、当該取引は一体として下請法の対象となる。

Q13：印刷会社Ａ社が自社で使用する名刺の印刷を印刷会社Ｂ社に発注する際、Ａ社は自社で印刷できる能力（設備）は保有しているが、名刺を普段受注していない場合、これは「業として」行っていないと判断していいか？

A：印刷会社A社が他の事業者から普段名刺の印刷を受注していなくても、印刷会社A社が自社で使用する名刺の印刷を、社会通念上事業の遂行と見ることができる程度に反復継続的に行っている場合は、その印刷を印刷会社Ｂ社に委託した場合は製造委託の類型 4 に該当する。

（３）印刷業務以外について

Q14：印刷会社が顧客商品の販売促進企画段階から受注した際に、印刷会社がＳＰ会社、制作会社に発注した場合は下請法の適用を受けるか。

Ａ：印刷会社が最終的に報告書（企画書）として提出する場合は、この取引は情報成果物委託の類型 2 に該当し、下請法の適用を受ける。また、企画会議に出席してもらい、考えたアイディアを口頭で説明してもらう場合は、原則として「自家使用役務の委託」に該当し、下請法の適用を受けない。

Q15：カタログやポスターの画像データのＣＤ－ＲＯＭへのリプリント作業を専門会社に発注した場合は製造委託に該当するのか

Ａ：製造委託に該当する。

Q16：発注元からイベント（展示会）の実施運営を直接受注した場合、下請法の適用を受けるか

Ａ：イベント（展示会）の実施運営は役務に該当するが、この場合は下請法の適用を受けない。しかし、印刷会社がこれをイベント会社に発注（再委託）する場合は、役務提供委託に該当し、下請法の適用を受ける。ただ、実施に当たって展示装飾、アトラクション、映像制作、各種配布物の制作・印刷など様々な業務がある場合は、それぞれの取引ごとに、それぞれの資本金区分をもって適用の有無を判断する必要がある。また、1 つの事業者に一括発注するのではなく、業務内容別に複数の事業者に発注（再委託）する場合も、それぞれの取引ごとに下請法の適用の有無を判断する必要がある。

Ｑ17：発注元のホームページの一部分の作成を印刷会社が受注した場合、下請法の適用を受けるか

Ａ：通常ホームページは自社の宣伝のために使用されるものであるため、発注元自ら使用する情報成果物に該当する。印刷会社が受注した部分について、発注者が自社で作成する能力がない場合には、受注した部分の作成を業として行っているとは認められず、下請法の適用を受けない。ただし、印刷会社が受注した部分が、ホームページ上で提供するコンテンツ（画像等）の作成である場合は、情報成果物委託の類型１に該当し、下請法の適用を受ける。

Ｑ18：情報を一般消費者に提供するという観点から、通販会社の商品カタログのデザイン、編集・レイアウト、ＤＴＰ作業等の情報成果物作成の委託は「情報成果物作成委託」の類型１にあてはまらないか？

Ａ：通販会社が無償で配布する商品カタログのデザイン、編集・レイアウト、DTP 作業等の情報成果物を印刷会社に委託する場合、通販会社は商品カタログ自体の販売を業として行っていない（販売しているのはカタログに掲載されている商品）ことから類型１に該当しない。しかし、通販会社が商品カタログのデザイン、編集・レイアウト、DTP 作業等を業として行っている場合は、類型３に該当し、下請法が適用される。

Ｑ19：印刷会社が、販売先に運送する作業を運送事業者に委託することは役務提供委託に該当するか。

Ａ：印刷会社が顧客先（発注者）に納品する際に、運送業務を運送事業者に委託する場合、運送事業という役務の提供を業として行っていないため下請法に該当しない。ただし、独占禁止法に基づき定められている「特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法」（物流特殊指定）に該当する場合がある（参考資料 65 頁参照）。

Ｑ20：発注者が販売目的である自社商品の販売促進のための企画の提案業務を印刷会社に委託した場合（最終的に報告書（企画書）として提出するもの）、この取引は情報成果物委託の類型 １ に該当するか？それとも、これは顧客が自ら使用する情報成果物に該当するのか？

Ａ：発注者が販売目的である自社商品の販売促進のための企画の提案業務を印刷会社に委託する場合、発注者が当該企画書の作成を反復継続的に社会通念上、事業の遂行とみることができる程度に行っている場合は情報成果物委託の類型３に該当する。

Ⅵ．立入検査・勧告・罰則等

１．書面調査、立入検査の実施

公正取引委員会及び中小企業庁では、下請取引が公正に行われているか否かを把握するため、毎年、親事業者、下請事業者に対する書面調査を実施している。また、必要に応じて、親事業者の保存している取引記録の調査や立入検査を実施している。

２．勧告、公表

公正取引委員会は、親事業者が下請法に違反した場合、それを取り止めて原状回復させること（減額分や遅延利息の支払い等）を求めるとともに、再発防止などの措置を実施するよう、勧告・公表を行っている。

勧告に至らない事案であっても、親事業者に対し指導を行い、下請法の遵守を促している。

また、中小企業庁長官は、違反親事業者に対して行政指導を行うとともに、公正取引委員会に対して措置請求を行う。措置請求とは、中小企業庁長官が、公正取引委員会による勧告が相当と考えられる事案について調査結果とともに公正取引委員会に通知し、勧告を行うよう求めることである。

３．罰金

親事業者が、発注書面を交付する義務、取引記録に関する書類の作成・保存義務を守らなかった場合には、違反行為をした者（本人）のほか、会社も 50 万円以下の罰金に処せられる。また、親事業者に対する定期的な書面調査において報告をしなかったり、虚偽の報告をすること、公正取引委員会や中小企業庁の職員による立入検査を拒んだり、妨害した場合も同様に罰金に処せられる。

下請勧告一覧（平成16年以降　印刷・紙関連業界の事例を抜粋収録）

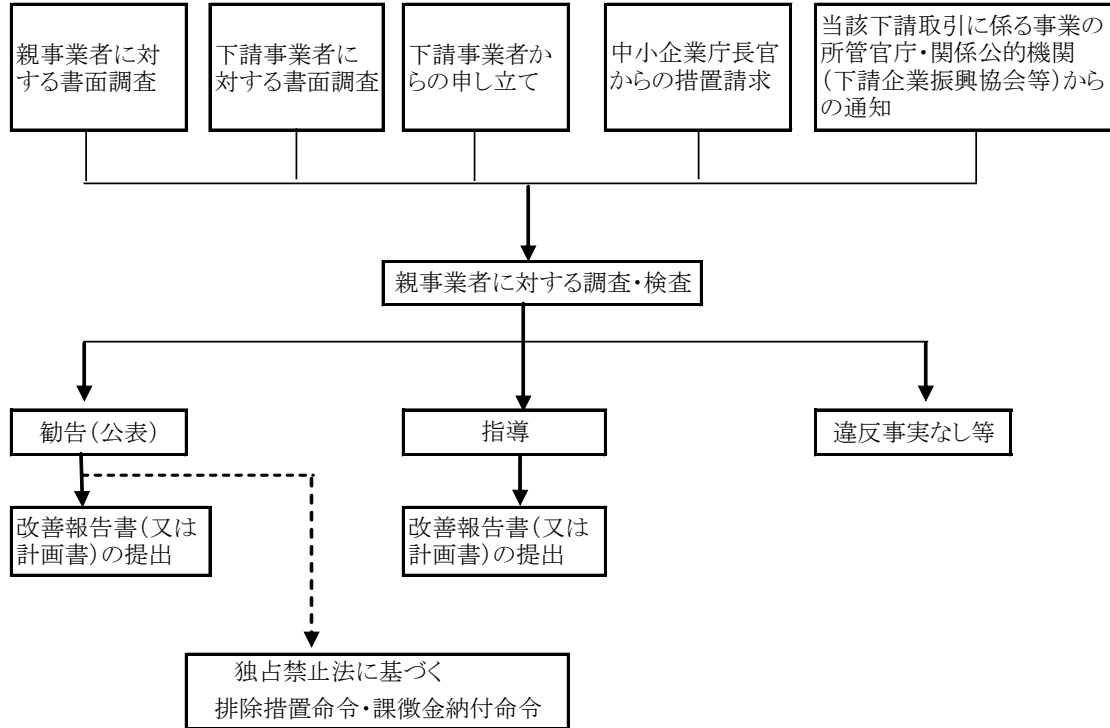
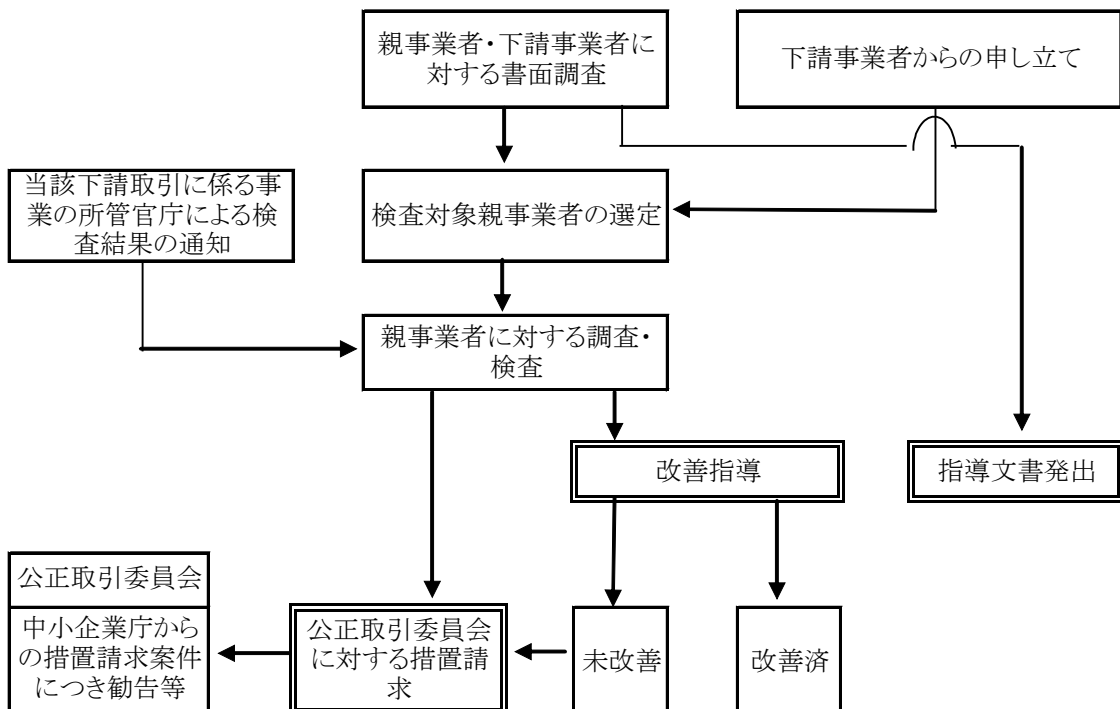
事件の概要	違反法条	勧告年月日
Ａ社は、板紙、特殊紙等の製造委託に関し、「協力金」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た金額を下請代金から差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（15名に対し、総額2459万9623円を減額)。	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成16年9月28日
Ｂ社は、ダンボール等の製造委託に関し、支払うべき下請代金の額が一定額を超えた場合に手形を交付することとしているが、一部の下請事業者に対し、手形の交付に代えて現金での支払を行うに当たって、手形期間分の金利相当分として自社の短期調達金利相当額を超える金額を下請事業者に支払うべき下請代金から差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（99名に対し、総額1936万3262円）	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成16年12月22日
Ｃ社は、印刷物の企画、デザイン等に係わる情報成果物作成委託に関し、自社が全額出資する子会社を発注業務に関与させ、事務手数料の名目で当該下請事業者に支払うべき下請代金から、下請の額に一定率を乗じて得た金額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（74名に対し、総額1384万1079円を減額)。	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成17年9月21日
Ｄ社は、販売促進用品であるポスター等の製造委託に関し、下請代金から一定率の額を「歩引」等と称して徴収する旨要請し、これに合意した下請事業者に対し、下請代金の額を減じていた（291名に対し、総額9080万8820円を減額）	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成17年12月26日
Ｅ社は、印刷物等の企画・デザイン等の情報成果物作成委託等に関し、手形の交付に代えて現金での支払を行うに当たって、下請代金から手形期間分の金利相当分として自社の短期金利調達金利相当額を超える金額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（128名に対し、総額2077万6496円を減額（勧告前に自主返還)）	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成18年3月23日
Ｆ社は、ショッピングバッグ、紙器製品等の製造及びこれらのデザイン等の情報成果物の作成委託に関し、「歩引き」と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（121名に対し、総額4462万7636円を減額）	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成19年12月18日
Ｇ社は、印刷、製本、製版等の製造委託に関し、「協力値引き」等と称して下請代金の額に一定率を乗じて得た額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた（48名に対し、総額2763万7006円を減額）	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成20年3月27日

H社は、事務用封筒、名刺用台紙等の製造委託に関し、「販売協力金」として下請代金の額に一定率を乗じて得た額を差し引くことにより、下請代金の額を減じていた。	第4条第1項第3号（減額の禁止）	平成25年2月27日

主な指導事例（平成 20 年度～24 年度の出版・印刷関連業界への指導事例を抜粋）

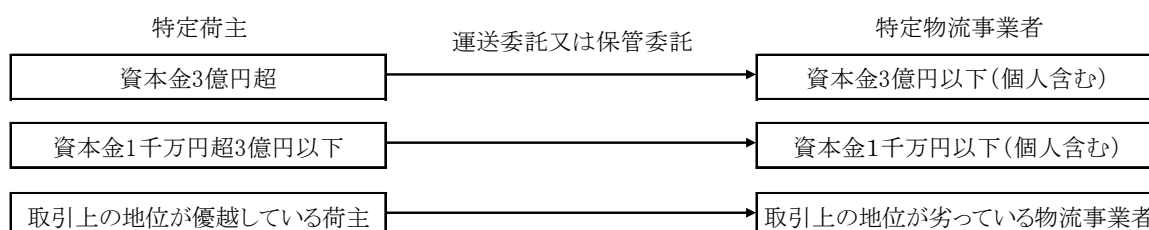
警告事例の概要	違反法条	業種
Ａ社は、広告パンフレットの制作を委託しているが、下請代金の支払日を広告掲示日を基準にしていたことから、下請事業者の給付を受領してから 60 日を超えて下請代金を支払っていた。（平成 20 年度）	第 4 条第 1 項第 2 号（下請代金の支払遅延）	出版・印刷業
紙製品の製造を下請事業者に委託しているＢ社は、納期を下請事業者から提出させた際のものから短縮したにもかかわらず、下請代金の額を見直すことなく、一方的に当初の見積価格により下請代金の額を定めていた。（平成 20 年度）	第 4 条第 1 項第 5 号（買いたたき）	出版・印刷業
ポスターのデザイン等を下請事業者に委託しているＣ社は、発注時に発注内容等の必要記載事項を記載して下請事業者に交付する書面に、必要記載事項の一部である下請代金の支払期日等を記載していなかった。（平成 20 年度）	第 3 条（発注書面の不交付・記載不備）	出版・印刷業
印刷物、看板、ホームページ等の作成を下請事業者に委託しているＤ社は、「毎月月末納品締切、翌々月末日支払」の支払制度を採っているため、下請事業者の給付を受領してから 60 日を超えて下請代金を支払っていた。（平成 20 年度）	第 4 条第 1 項第 2 号（下請代金の支払遅延）	広告業
広告の製作を下請事業者に委託しているＥ社は、発注担当者を通じて下請事業者に対して、自社が主催するイベント等のチケットの購入を要請していた。（平成 20 年度）	第 4 条第 1 項第 6 号（購入・利用強制）	印刷・同関連業
ポスター・パンフレット等の製造を下請事業者に委託しているＦ社は、自ら作成すべき注文書、原価計算伝票、仕入先元帳及び仕入先伝票を下請事業者に作成させ、その費用についても下請事業者の負担としていた。（平成 21 年度）	第 4 条第 1 項第 6 号（購入・利用強制の禁止）	印刷業
印刷物等の製造を下請事業者に委託しているＧ社は、下請事業者に見積りをさせ単価を決定した後、見積時点で予定していた納期を短縮したにもかかわらず、単価の見直しをせず、一方的に当初の単価により下請代金の額を定めていた。（平成 23 年度）	第 4 条第 1 項第 5 号（買いたたき）	印刷・同関連業
製本を下請事業者に委託しているＨ社は，下請事業者に対し，「毎月２０日納品締切，翌月２５日支払」の支払制度を採っているため，下請事業者の給付を受領してから６０日を超えて下請代金を支払っていた。（平成 23 年度）	第 4 条第 1 項第 2 号（下請代金の支払遅延）	印刷・同関連業

印刷物の製造を下請事業者に委託しているＩ社は，発注担当者を通じて，下請事業者に対し，自社の取引先が販売する催事のチケット等を購入させていた。（平成 24 年度）	第 4 条第 1 項第 6 号（購入・利用強制の禁止）	印刷・同関連業

下請法事件処理フローチャート

Ⅶ. 物流事業者（運送・保管業務）との取引における留意事項

独占禁止法上、荷主と物流事業者間の取引における優越的地位の濫用行為を効果的に規制するため、「物流特殊指定」（特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法）が指定されている。印刷業界では、日常的に物流事業者との取引が行われているため、その内容を紹介する。

荷主と物流事業者の取引が「①対象となる取引」に該当する場合に荷主が「②禁止行為類型」に該当する行為を行うと物流特殊指定違反となる。

①対象となる取引

②禁止行為類型

代金の支払遅延	特定物流事業者の責に帰すべき理由がないのに、代金をあらかじめ定めた支払期日の経過後なお支払わないこと（第１項第１号）
代金の減額	特定物流事業者の責に帰すべき理由がないのに、あらかじめ定めた代金を減じること（第１項第２号）
買いたたき	特定物流事業者の運送又は保管の内容と同種又は類似の運送又は保管に対し通常支払われる対価に比し著しく低い代金の額を不当に定めること（第１項第３号）
物の強制購入・役務の利用強制	正当な理由がある場合を除き、自己の指定する物を強制して購入させ、又は役務を強制して利用させること（第１項第４号）
割引困難な手形の交付	代金の支払につき、当該代金の支払期日までに一般の金融機関（預金又は貯金の受入れ及び資金の融通を業とする者をいう。）による割引を受けることが困難であると認められる手形を交付することにより、特定物流事業者の利益を不当に害すること（第１項第５号）
不当な経済上の利益の提供要請	自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させることにより、特定物流事業者の利益を不当に害すること（第１項第６号）
不当な給付内容の変更及びやり直し	特定物流事業者の運送若しくは保管の内容を変更させ、又は運送若しくは保管を行った後に運送若しくは保管をやり直させることにより、特定物流事業者の利益を不当に害すること（第１項第７号）

要求拒否に対する報復措置	特定物流事業者が前各号に掲げる事項の要求を拒否したことを理由として、特定物流事業者に対して、取引の量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること（第 1 項第 8 号）
情報提供に対する報復措置	特定荷主が前項に掲げる行為をしていた場合に、特定物流事業者が公正取引委員会に対しその事実を知らせ、又は知らせようとしたことを理由として、取引の量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること（第 2 項）

Ⅷ. 下請法の概要（親事業者の義務と禁止事項）

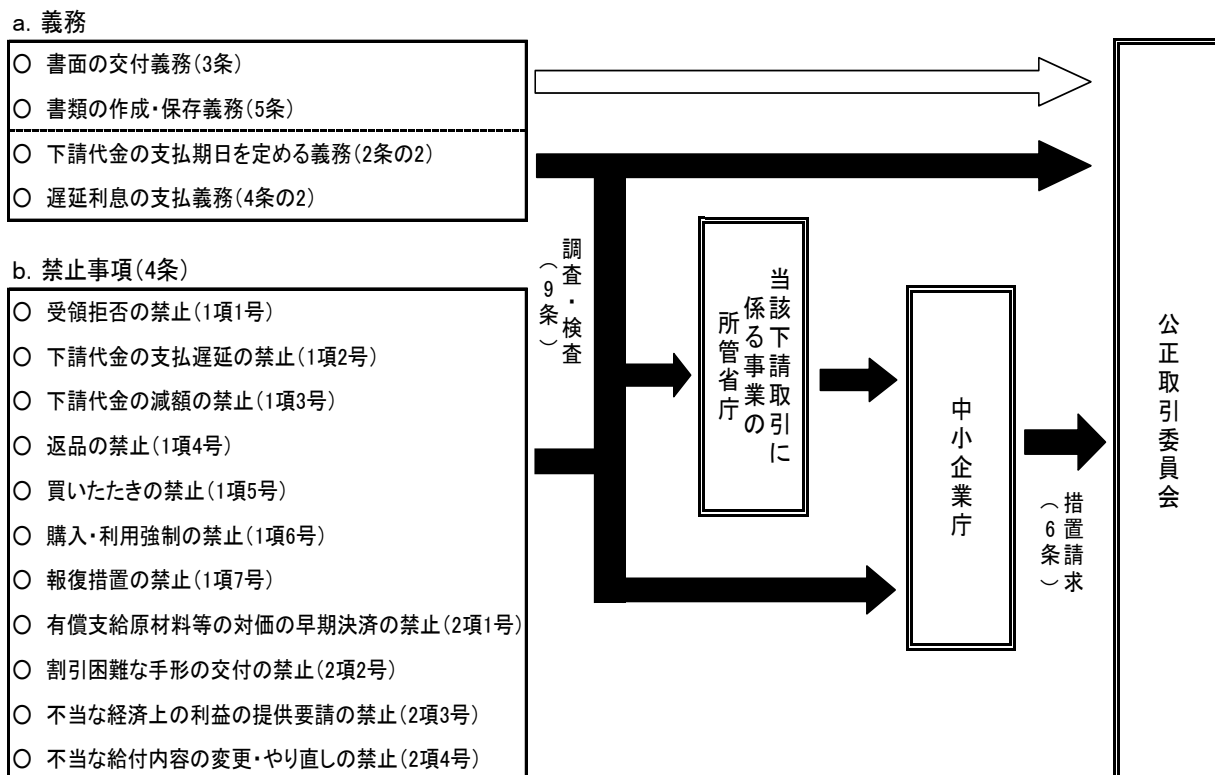
（１） 目的（第１条）

下請取引の公正化・下請事業者の利益保護

（２）親事業者、下請事業者の定義（第２条１項～8 項）

下請法の対象となる取引は、取引の内容と取引当事者の資本金規模で定義される（後述項目 3-1 参照）。

（３）親事業者の義務（第２条の２、第３条、第４条の２、第５条）、禁止事項（第４条１項、２項）調査権（第９条）、勧告（第７条）、等

＜下請法の概念図＞

＜親事業者の義務と禁止事項の概略＞

義　務	概　　要
書面の交付義務	発注の際は、直ちに必要記載事項をすべて記載した書面を交付すること。
支払期日を定める義務	下請代金の支払期日を給付の受領後60日以内のできるだけ短い期間内で定めること。
書類の作成・保存の義務	下請取引の内容を記載した書類を作成し、2年間保存すること。
遅延利息の支払義務	支払が遅延した場合は遅延利息を支払うこと。

禁止事項	概　　要
受領拒否の禁止 (1項1号)	注文した物品等の受領を拒むこと
下請代金の支払遅延の禁止 (1項2号)	物品等を受領した日から起算して、60日以内に定められた支払期日までに下請代金を支払わないこと。
下請代金の減額の禁止 (1項3号)	あらかじめ定めた下請代金を減額すること。
返品の禁止 (1項4号)	受取った物を返品すること。
買いたたきの禁止 (1項5号)	類似品等の価格、又は市価に比べて著しく低い下請代金を不当に定めること。
購入・利用強制の禁止 (1項6号)	親事業者が指定する物・役務を強制的に購入・利用させること。
報復措置の禁止 (1項7号)	下請事業者が親事業者の不公正な行為を公正取引委員会、又は中小企業庁に知らせたことを理由として、その下請事業者に対して取引数量の削減・取引停止等の不利益な取り扱いをすること
有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止 (2項1号)	有償で支給した原材料等の対価を、当該原材料等を用いた給付に係る下請代金の支払期日より早い時期に相殺したり支払わせたりすること。
割引困難な手形の交付の禁止 (2項2号)	一般の金融機関で割引を受けることが困難であると認められる手形を交付すること。
不当な経済上の利益の提供要請の禁止 (2項3号)	下請事業者から金銭、労務の提供等をさせること。
不当な給付内容の変更及び不当なやり直しの禁止 (2項4号)	費用を負担せずに注文内容を変更し、又は受領後にやり直しをさせること。

Ⅸ．下請かけこみ寺

「下請かけこみ寺」は、平成 20 年４月 1 日から財団法人全国中小企業取引振興協会（以下「全取協」という）が全国規模で実施している事業である。

「下請かけこみ寺」事業は、

①全国の中小企業から寄せられた取引に関する様々な相談等に対して親身になって対応するとともに、

②紛争の早期解決に向けて裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ）の実施、

③「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」の普及啓発を通じて、「下請適正取引」の推進を行うものである。

実施体制は、全取協が「下請かけこみ寺本部」として、全ての事業の管理・運営を行い、４７の各都道府県下請企業振興協会（以下、「都道府県協会」といいます。）は、地域の拠点として、中小企業の皆様方との接点となる役目を果たしている。

「下請かけこみ寺」事業は、中小企業庁からの委託事業である。

＜業務の内容＞

①各種相談の対応

中小企業の皆様からの取引に関する様々なご相談に、中小企業の取引問題に関する専門家等が親身にお話を伺い、適切なアドバイス等を行う。

②裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ業務）

中小企業の皆様が抱える取引に関する紛争を迅速、簡便に解決するため、全国各地の弁護士が相談者の身近なところで調停手続き（ＡＤＲ）を行う。

③下請ガイドラインの普及啓発

「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」の普及啓発を図るための説明会を、中小企業団体中央会と連携しつつ、全国各地で開催している。

＜公益財団法人全国中小企業取引振興協会　下請かけこみ寺本部＞

〒104-0033　東京都中央区新川２丁目１番９号　石川ビル２階・３階

電話：03-5541-6655

　　　0120-300-217（消費税転嫁専用フリーダイヤル）

FAX：03-5541-6680

http://www.zenkyo.or.jp/kakekomi/index.htm

「下請けかけこみ寺」一覧

本部:公益財団法人 全国中小企業取引振興協会 TEL 03-5541-6655			
(公財)北海道中小企業総合支援センター	011-232-2407	(公財)滋賀県産業支援プラザ	077-511-1413
(公財)21 あおもり産業総合支援センター	017-723-1040	(公財)京都産業 21	075-315-8590
(公財)いわて産業振興センター	019-631-3822	(公財)大阪産業振興機構	06-6748-1144
(公財)みやぎ産業振興機構	022-225-6637	(公財)ひょうご産業活性化センター	078-230-8081
(公財)あきた企業活性化センター	018-860-5623	(公財)奈良県地域産業振興センター	0742-36-8312
(公財)山形県企業振興公社	023-647-0662	(公財)わかやま産業振興財団	073-432-3412
(公財)福島県産業振興センター	024-525-4077	(公財)鳥取県産業振興機構	0857-52-6703
(公財)茨城県中小企業振興公社	029-224-5317	(公財)しまね産業振興財団	0852-60-5114
(公財)栃木県産業振興センター	028-670-2603	(公財)岡山県産業振興財団	086-286-9670
(公財)群馬県産業支援機構	027-255-6504	(公財)ひろしま産業振興機構	082-240-7704
(公財)埼玉県産業振興公社	048-647-4086	(公財)やまぐち産業振興財団	083-922-9926
(公財)千葉県産業振興センター	043-299-2654	(公財)とくしま産業振興機構	088-654-0101
(公財)東京都中小企業振興公社	03-3251-9390	(公財)かがわ産業支援財団	087-868-9904
(公財)神奈川産業振興センター	045-633-5200	(公財)えひめ産業振興財団	089-960-1102
(公財)にいがた産業創造機構	025-246-0056	(公財)高知県産業振興センター	088-845-6600
(公財)長野県中小企業振興センター	026-227-5013	(公財)福岡県中小企業振興センター	092-622-6680
(公財)やまなし産業支援機構	055-243-8037	(公財)佐賀県地域産業支援センター	0952-34-4416
(公財)静岡県産業振興財団	054-273-4433	(公財)長崎県産業振興財団	095-820-8836
(公財)あいち産業振興機構	052-715-3069	(公財)くまもと産業支援財団	096-289-2437
(公財)岐阜県産業経済振興センター	058-277-1092	(公財)大分県産業創造機構	097-534-5019
(公財)三重県産業支援センター	059-228-7283	(公財)宮崎県産業振興機構	0985-74-3850
(公財)富山県新世紀産業機構	076-444-5622	(公財)かごしま産業支援センター	099-239-0260
(財)石川県産業創出支援機構	076-267-1219	(公財)沖縄県産業振興公社	098-859-6237
(公財)ふくい産業支援センター	0776-67-7426		

※平成 25 年 12 月現在

Ⅹ．下請取引適正化推進講習会テキスト

下請法に関して、さらに詳細に知りたい場合は、公正取引委員会・中小企業庁が発行している「下請取引適正化推進講習会テキスト」を参照下さい。
下記ホームページからもダウンロードできます。

「下請取引適正化推進講習会テキスト」
http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2013/131101TXT.pdf

Ⅺ．下請取引の適正化等に係る要請文書の発出

関係事業者団体等に対して、下請取引の適正化を要請する通達を、経済産業大臣と公正取引委員会委員長の連名で発出している。

http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2010/100311ShitaukeTsuutatsu.htm